جامعة الزقازيق - فرع بنها
كلية التربية النوعية
قسم الإعلام التربوى

محاضرات
في
مدخل إلى الإذاعة
راديو - تليفزيون

إعداد
دكتور
محمود منصور هيبه

اهداءات ٢٠٠٣

أ.د/اسماعيل عبد الفتاح

القاهرة

جامعة الزقازيق - فرع بنها
كلية التربية النوعية
قسم الإعلام التربوى

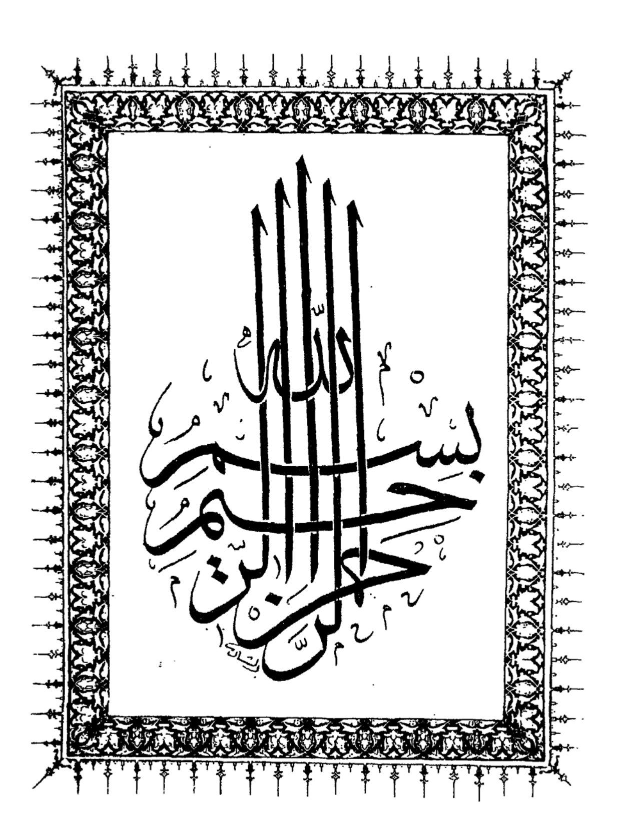
محاضرات

فى

مدخل إلى الإذاعة

راديو - تليفزيون

محمود منصور هيبه


بسم الله الرحمن الرحيم

الفصل الأول

نشأة الراديو وخصائصه

أولاً : الراديو لمحة تاريخية .

ثانياً : خصائص الراديو .

أولاً : الراديو :

لمحة تاريخية :

تعتبر الإذاعة من الناحية الفنية أحد تطبيقات اللاسلكي لخدمة الجمهور ، وعند اكتشاف اللاسلكى " الراديو RADIO " كان الاهتمام كله موجها نحو التلغراف لنقل الرسائل ، وكانت التجارب الأولى منصبة على نقل إشارات مورس MORSE CODE ، ومن أهم العلماء الذين أدت اختراعاتهم إلى اللاسلكي أولئك الذين درسوا الكهرومغناطيسية ، وطريقة انتشار موجاتها ، ومنهم على سبيل المثال ميخائيل فرادى Faraday . وصموئيل مورس S.Morse ووليم كوك W.cook .

وفى عام ١٨٦٥ تنبأ جيمس كلارك ماكسويل J.C . Maxwell استاذ الطبيعة الإنجليزى بوجود الموجات الكهرومغناطيسية ، وامكانية انتشارها فى الفضاء بسرعة الضوء وجاء بعده هينيرش هيرتز H.Hertz الذى قام بتجاربه لاكتشاف الموجات وتمكن من قياس طولها وسرعتها ، فقد اكتشف أن سرعة تلك الموجات (١٨٦,٠٠٠ ميل فى الثانية) ، وتقديرا لدوره يقال للآن كيلوهيرتز .

أما ادوارد – برانلى E . Branly فقد عاون على اكتشاف اللاسلكى " الراديو " حيث اخترع جهاز قادرا على اكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية ، وكانت نتائج أبحاث هؤلاء العلماء معروفة لعلماء العالم ، وفى الفترة ما بين عامى ١٨٩٥، ١٨٩٦ قام ثلاثة علماء هم ماركونى Marcony الإيطالى ، وهنرى جاكسون H. Jackson الإنجليزى ، وببوف A. Popov الروسى ، بإرسال اشارات لاسلكية ، إلا أن الكثيرين من المؤرخين لظهور الراديو يرجعون اكتشافه إلى عام ١٨٩٦ حيث أظهر ماركونى عمليا استخدام الموجات الكهرومغناطيسية فى إرسال الاشارات ، وسجل اختراعه فور وصوله إلى انجلترا عام ١٨٩٦ قادما من بلاده إيطاليا ، والتى لم تعره فيما يبدو اهتماما-ولكن انجلترا تلقفته ، وأنشأت له على الفور عام ١٨٩٧ شركة ماركونى لتطوير اختراعه على أساس تجارى .

ولزيادة المسافات التى يمكن ارسال الاشارات اللاسلكية اليها عاما بعد آخر ، وبعد تكوين شركة ماركونى ساعدت فى انشاء شركة مماثلة لها فى جميع أنحاء العالم ، فى أمريكا وإيطاليا وفرنسا وبلجيكا وكندا ، وكان للشركة الحق فى تصنيع وتوزيع اجهزة الارسال والاستقبال .

وجذب العروض التى قدمها ماركونى عام ١٨٩٦ ، بعد نجاحه فى نقل الرسائل لاسلكيا – إنتباه المهتمين بشئون البحرية وكانت السفن التى تقابلها ، وسرعان ما استخدم الراديو لمعرفة السفن القادمة ، وارسال الرسائل لتغيير اتجاهاتها ، ولنقل اشارات الاستغاثة فى حالة حدوث كارثة بعيدا عن الشاطئ ، وبالرغم من مزايا الراديو الواضحة فى هذا المجال ، إلا أن حدوث العديد من الكوارث التى لحقت ببعض السفن مثل **Republic** عام ١٩٠٠ و **Titanic** استخدم الراديو اكثر من اربعين مرة للمعاونة فى انقاذ السفن والركاب والبحارة فى عرض البحر واستخدم الراديو بهذه الطريقة فى مجالات متعددة لكن استخدامه بهذه الطريقة لا يعتبر اذاعة **Broadcosting**

نشأة الاذاعة وتطويرها :

وفى نفس الوقت كان رجال آخرون يجرون تجاربهم على استخدام الراديو لنقل الكلام بدلا من الاشارات اللاسلكية ولم يبدأ استخدام الراديو فى نقل الصوت إلا بعد اختراعين اساسيين هما محطات الارسال **Transmitter ststion** حيث قام كل من آرنست الكسندرس وريجينانالد فيسندن **R. Fessendin** بارسال صوت الانسان والموسيقى عن طريق اللاسلكى ، لكن ظل الصوت بعيدا عن الدقة ، لكن تبنت التجارب امكانية ارسال الصوت والموسيقى ، ومع استمرار

الابحاث العملية ثم تحسين الارسال عن طريق تطوير الصمام الثلاثى أو قناة الراديو Tube والذى يعتبر خطوة هامة نحو تنمية الاليكترونات حيث أعان على نقل الصوت بدقة وأمانة وكان اختراع الصمام نتيجة لتجارب توماس وأريون وسيرا ميروز فيلمنج ولى دوفورست le de forst الذى اقام محطة الاذاعة فى برج ايفل ، وتمكن من اذاعة الموسيقى منها عام ١٩١٠ .

ويعتبر الصمام أو قناة الراديو جزءا اساسيا من جهاز الارسال والاستقبال والتى كانت متوفرة لدى الوكالات الحكومية أو بعض الشركات التجارية ، التى كانت تجرى تجاربها على تلك الأجهزة ، مثل شركة Bell للتليفونات ، وشركة جنرال اليكتريك وستنجهاوس ، والتى اشترت امتياز شركة ماركونى الأمريكية ، وأنشأت هيئة الاذاعة الأمريكية وهى التى تتولى التصريف بمنتجاتها .

من جهة أخرى كان هناك الهواه المتحمسون للراديو ، والذين كانوا يصنعون أجهزتهم ، من أجل المنفعة العامة ، وأجريت التجارب الناجحة لاستقبال الراديو فى المواصلات التليفونية عبر المحيط عام ١٩١٥ ، وبدأت جامعة ويسكونسين Wiscousin فى اذاعة تقارير منتظمة عن حالة الجو من خلالها محط تجاربها وفى عام ١٩١٦

استمع الآلاف من الهواة فى منطقة نيويورك إلى الأخبار الاذاعيـة عن انتخابات الرئاسة من محطة لى دو فورست فى برونكس .

ولكن لم يتم ادراك الامكانيات الهائلة للاذاعـة بـالراديو إلا بعد الحرب العالمية الأولى ، حيث كان الوقت مهيئا لتطور الاذاعة تطـورا منتظمـا ، وعاود الهواة على اجراء تجاربهم بحماس بعدما رفعت القيـود التـى فرضتهـا الحـرب ، كمـا بـدأت شـركة جنرال اليكـتريك **General Electric** ووستنجهاوس **Westinghouse** فى صناعة المعدات والأجهزة بعد أن اشترت امتياز اختراع شركة ماكونى .

وأنشأت هيئة الاذاعة الأمريكية للتعريف بمنتجاتها كما سـبق أن أوضـحنا .

وفى عام ١٩٢٠ ظهرت أولى المحطات الاذاعية التجارية ، فلم تعد الاذاعة مجـرد هوايـة ، ولهذا عـادة يـؤرخ تـاريخ الراديـو كخدمـة اذاعية اعتبارا من اليوم الثانى من شهر نوفمبر ١٩٢٠، وبالذات عندمـا بدأت محطة **K.D.K.A** فـى اذاعـة نتـائج انتخابـات الرئاسـة الأمريكيـة لأول مرة بين كوكس وهاردنج **Cox - Harding** حيث تمكن المستمعون من معرفـة الرئيس المنتخـب الجديـد فـى نفس اليـوم بـدلاً مـن انتظـار ظهور صحف الصباح فى اليوم التالى .

ومنذ ذلك اليوم أصبحت الاذاعة محورا لحديث واهتمامات الناس ، وازدهر بيع أجهزة الراديو .

وتبع ذلك زيادة فى محطات الارسال ، وتبعت دول أوربا الولايات المتحدة فى استخدام الاذاعة على اساس منتظم ، فبدأت الاذاعة الفرنسية والإنجليزية عام ١٩٢٢ وانتشرت فى بقية دول أوربا وكندا ونيوزيلاندا فى السنوات الثلاث التالية .

ولم يأت عام ١٩٢٧ إلا وكانت الاذاعة قد توطدت فى جميع أنحاء أوربا ، وظهرت فى بعض الدول الآسيوية والأفريقية وجزر المحيط الهادى وأمريكا اللاتينية ومرت الخدمات الاذاعية منذ نشأتها بعده مراحل واكبت فيها التقدم التقنى ، الذى كان من نشأته تطور هذه الوسيلة وحتى هذه اللحظة وعلى سبيلا المثال كان عدد المحطات المصرح لها بالاذاعة عام ١٩٢١ فى الولايات المتحدة أربع محطات ، قفز هذا العدد إلى خمسين محطة عام ١٩٢٢ ووصل العدد حتى عام ١٩٢٣ إلى خمسمائة وخمسين محطة تجارية مرخصة ، ويرتبط ما يقرب من نصفها بمحطات راديو .

وكان عدد المستمعين يقدر بالملايين ، وكان من الواضح لمعظم رجال الأعمال أن الإذاعة تتيح سوقا لمنتجاتهم ، وبدأ التهافت على

شراء محطات الإذاعة نفسها ، حتى وصل عدد محطات الإرسال الإذاعي فى الولايات المتحدة الأمريكية فى نهاية عام ١٩٢٧ إلى ٧٣٣ محطة ، وحتى أنه لم تعد هناك موجات اذاعية كافية يمكن السعى للحصول عليها، وكان من الصعب العثور على قناة اذاعية لمحطة جديدة .

مولد الاذاعات الأهلية المصرية :

عرف الارسال الاذاعى فى مصرعن طريق الهواة فى وقت مبكر عام ١٩٢٣ حيث تلقى أحد الهواة ويدعى أحمد صادق الجواهرجى هدية عبارة عن محطة ارسال من صديق له الماني الجنسية ، إلا أنها لم تجد من يستمع إليها انذاك لعدم توافر أجهزة الاستقبال ثم قامت بعد ذلك العديد من المحطات التى انبعثت اشاراتها فى أثير القاهرة والأسكندرية وبورسعيد .

وذلك بموجب صدور المرسوم الملكى الذى حدد شروط الترخيص باستخدمها فى مايوم ١٩٢٦ ، وكانت هذه المحطات ملكا لبعض الأفراد .

وكان معظم أصحابها من تجار أجهزة الراديو ، ومنها فى القاهرة ، راديو القاهرة وفؤاد وفاروق وفيولا وسابو ووادى الملوك

ورمسيس وأبو الهول ومصر الجديدة وصايغ ومصر الملكية وراديو ماجزين اجيبشين ، أما فى الآسكندرية فكان هناك راديو ماجستيك ذو الامكانيات الضعيفة ، اقامها اصحابها من رجال الأعمال وغيرهم لتوزيع تجارتهم ولتحقيق الربح المادى ، ولا تحرص على الصالح العام بعضها يذيع باللغة العربية والبعض الآخر يذيع باللغة الإنجليزية والفرنسية والإيطالية للأجانب الذين يعيشون فى مصر وكان اصحابها من الأجانب المتمصرين وكانت معظم برامجها ترفيهية ، منخفضة المستوى - تهاجم بعضها بعضا .

وبأسلوب يبتعد عن قواعد الأدب والذوق السليم ويروى لنا شيخ الصحفيين حافظ محمود كيف أن احد زملائه فى كلية الحقوق أنذاك يغازل صديقته عبر موجات راديو " ماجزين اجيبشيين "

وكان معظم ما يذاع فيها لا يخرج عن سخافات ومهاترات بلغت حد الأسفاف ، وعدم الالتزام بالصالح العام ، لدرجة أن احدى العصابات استغلت محطة راديو مصر الملكية ، وكان صاحبها مدير المطبوعات أنذاك ، حيث احتكرت العصابة اذاعة اغنيتين للموسيقار محمد عبد الوهاب هما " الجواريق وخالى " و " فى الجوغيم " مقابل مبلغ خمسين جنيها وكان احتكار الأغانى من قبل المستمعين لتذاع وفق

اهوائهم نظير اشتراكهم بدفع مبلغ من المال يشكل موردا ماليا لاصحاب هذه المحطات .

ويتضح ان العصابة استخدمت الأغنية رمزا لبدء نشاطهم أو توقفه ، فينشط البيع والتوزيع عندما تذاع اغنية " الجواريق وخالى " ويتوقف مجرد سماع الأغنية " فى الجوغيم " إلى أن وصل أمر العصابة إلى البوليس الذى ألقى القبض على كل المسئولين عن المحطة ولم يفرج عنهم إلا بعد أن تبين أنهم كانوا ضحايا عصابة المخدرات .

واستمرت المحطات الأهلية على هذه الحالة من سوء الاستعمال وانتشرت فوضى التداخلات والمنافسة والإعلان ، وتداخلت الموجات ، وطغى بعضها على بعض ، وتباهرت المقاهى فى رفع أجهزتها بالعزف والغناء إلى جانب الإعلان جلبا للزبائن الأمر الذى حدى بالحكومة للتدخل ممثلة فى وزارتى الداخلية والمواصلات نظرا لمضايقة هذه الإذاعات للجمهور واقلاق راحتهم ، حتى أن وزارة المواصلات حددت مواقيت المحطات لا تتجاوزها وتظلم اصحاب المقاهى من قصر الوقت بالليل وعدم استطاعتهم سداد اقساط الراديو

وقد كانت محطات الإذاعة ترفع الدعاوى القضائية أمام المحاكم المختلطة أنذاك مطالبة بالتعويض المادى لاعتداء احدى المحطات على موجتها العامة .

وكانت الصحف المصرية تنشر أخبار الإذاعيات المحلية والأهلية ، وكذا برامجها اليومية والتى تتضمن الافتتاح بآيات من القرآن الكريم ، وتقدم الموسيقى الشرقية والأفرنجية والغناء ، بالإضافة إلى بعض المحاضرات وبريد الراديو واسعار البورصة والجنية واشارات ضبط الوقت ، والحالة الجوية ، ثم أهم الحوادث المحلية بالعربية أو باللغات الأجنبية ، وكانت الإذاعات الأهلية تتوقف لوفاة الزعماء والسياسيين .

كما حدث فى السابع من نوفمبر ١٩٣٣ عند وفاة عدلى يكن باشا رئيس حزب الأحرار الدستوريين ، كما كانت بعض الإذاعات تنظم المسابقات ، وتحيى الحفلات الساهرة ، وتوقفت هذه الإذاعات عن البث فى ٢٩ مايو ١٩٣٤ لتترك مكانها للمحطة الحكومية التى بدأت ارسالها بعد ذلك بيومين .

أول إذاعة لاسلكية للحكومة المصرية :

وافق مجلس الوزراء بجلسته المنعقدة برئاسة اسماعيل صدقى باشا رئيس مجلس الوزراء فى ٢١ مايو ١٩٣٢ على مذكرة وزير المواصلات والمتضمنة انشاء محطة لاسلكية للإذاعة والتى رأت الوزارة فيها أن تعهد الى شركة ماكوني وهى شركة مساهمة تجارية لها صفة العالمية لتشغيلها لما لها من خبرة ممتازة وسمعة عالمية واسعة فى شئون الراديو ، وافق المجلس على مشروع العقد المرفق ، وتم ابلاغ وزارة المالية بالقرار .

وجاهدت المحطات الأهلية من أجل البقاء مستنجدة بالرأى العام عن طريق اذاعتها المباشرة ، وعن طريق الصحافة وكذا تقديم لالتماسات للحكومة ، إلا أن الحكومة قررت الغاء المحطات الأهلية والتى يبلغ عددها ١٢ محطة ، لا تزيد قوة أكبرها على ٣/٤ كيلو وات اذاعاتها غير منتظمة ولا منتقاه ، والإستعاضة عنها بمحطة أساسية فى أبى زعبل وكان بها مبنى لمحطة لاسلكية مما يوفر ٦٠٠ جنية بقوة ٢ كيلو وات .

وعلى أن يتبعها محطة اضافية بالأسكندرية لتغطية مدينة الأسكندرية وضواحيها لأسباب فنية واقتصادية ، لا تزيد على كيلو وات واحد ، وتؤلف لجنة خاصة لاعتماد براسجها وقدرت التكاليف

اللازمة لهاتين المحطتين ٢٥ ألف جنية ، على أن ينص العقد المبرم بين الحكومة المصرية وشركة ماركونى أن الإذاعة اللاسلكية احتكار للحكومة .

وشركة ماركوني وكيلة عن الحكومة في ادارتها وبرامجها مدة عشر سنوات قابلة للتجديد ، وأن البرامج لا تتجاوز غايتى التعليم والتسلية ، وتعتمدها لجنة مكونة من خمسة أعضاء ثلاثة تعينهم الحكومة واثنين تعينهم الشركة .

وأن المادة الاعلانية غير مسموح بها فى البرامج ، وأن تتلقى الشركة من الحكومة مقابل لإدارة وانتاج البرامج حصة من حصلة رخص استقبال الإذاعة قدرها ٦٠٪ بواقع ١٢٠ قرشا للجهاز سنوياً ، وأن تكون للحكومة حق اذاعة النشرات والبيانات والارشادات الرسمية التى تهم جمهور المستمعين والمصادرة من مصالح الحكومة المختلفة كالأرصاد والصحة والزراعة والرى .... الخ .

ودون عرضها على لجنة البرامج ، ويشير البعض أن هذه المبادئ الأساسية تكاد تكون صورة طبق الأصل من المبادئ التى كانت تسير عليها الإذاعة البريطانية التى اثبتت تفوقها ورقيها فى خدمة مجتمعها .

وبدأت الإذاعة اللاسلكية للحكومة المصرية ارسالها فى تمام الساعة السادسة مساء يوم ٣١ مايو عام ١٩٣٤ حيث أستمع المصريون إلى صوت المرحوم أحمد سالم أول مذيع للإذاعة المصرية ، قائلاً " آلو .... آلو هنا الإذاعة اللاسلكية للحكومة المصرية .

وكان الإرسال يبدأ فى الساعة الخامسة والنصف ، وينتهى فى الحادية عشر مساءاً ، وكانت اللغات المستخدمة فى ذلك الوقت العربية والفرنسية ، والإنجليزية ، وكان عدد استديوهات الإذاعة اثنين فقط أما عن مذيعى الإذاعة فكانت الإذاعة قد اعلنت فى صحيفة الأهرام عن حاجتها إلى مذيعين يشترط فيهم أن يكونوا من بين الحاصلين على درجة جامعية وبلغ عدد المتقدمين رقما لم يكن فى الحسبان قارب الألفين على الرغم من أن الجامعة المصرية كانت حديثة العهد .

ولكن معظمهم من خريجى الجامعات الأجنبية والمدارس العليا والتى تحولت فيما بعد إلى جامعة ، كما كانت أسر كثيرة توفد ابناءها إلى الخارج لتلقى العلم فى الجامعات الكبرى فى فرنسا وانجلترا ، وبدأت عملية اختيار المذيعين ، واختبارات فى اللغة العربية واللغات الأجنبية (الإنجليزية والفرنسية) وفى الثقافة ، وفى فنون الالقاء وفى الشعر والفنون ، ومعرفة المجتمع بمعاهدة ومؤسساته وموارده .

واختبار الصوت من خلال اجهزة الصوت مدى نقاوته وسلامته ربيانه وتم اختيار ثلاثة مذيعين هم المهندس أحمد سالم خريج جامعة كمبردج وأحمد كمال سرور الفرنسى الثقافي والذي درس فنون الدراما فى فرنسا ، ومحمد فتحي والحاصل على ليسانس الآداب جامعة فؤاد الأول ، وانتدبت شركة ماركونى سيربير سفورد كلارك مدير البرامج الخارجية ، والتى كانت تعرف فى الإذاعة البريطانية " ببرامج ما وراء البحار " وذلك لتدريب المذيعين الجدد علي العمل الإذاعى .

تمصير الإذاعة :

انهت وزراة الشئون الاجتماعية عقد شركة ماركونى الموكل اليها من قبل الحكومة المصرية لإنشاء الخدمة الإذاعية وادارتها فى البلاد تحت اسم الإذاعة اللاسلكية المصرية وذلك فى عام ١٩٤٧ ، وكان عقد الشركة قد انتهى فى ٣٠ مايو ١٩٤٤ ، وقبل هذا التاريخ بأكثر من عام ، وطبقاً لشروط العقد اتفق الطرفان (الحكومة المصرية - شركة ماركونى) على مد العقد لمدة خمس سنوات وليس عشر سنوات بسبب الحرب العالمية الثانية ، وكان من المقرر أن ينتهى العقد فى عام ١٩٤٩ إلا أن الحكومة اخذت بمشورة كبير الإذاعيين المصريين .

وأنهت عقد الشركة وعوضتها عن السنتين الباقيتين فى العقد وأنشأت وزراة الشئون للإذاعة ادارة مستقله ليشرف عليها مجلس اعلى يمثل وزارات الشئون الإجتماعية والمواصلات والداخلية والخارجية والمعارض العمومية ومصلحة التلغراف والتليفونات والإذاعة اللاسلكية ويمكن اعتبار ٤ مارس ١٩٤٧ التاريخ الذى زالت فيه السيطرة البريطانية عن هذا المرفق الخطير وبدأت منذ ذلك ملامح التمصير تظهر شيئاً فشيئاً .

فعدل الأسبوع الإذاعى ليكون السبت بدلا من الأثنين ، وحل المصريون محل الإنجليز تباعا ، وقد عاصرت هذه المرحلة احداثا هامة فى تاريخ الوطن ابرزها حرب فلسطين .

وبعض القلاقل السياسية التى دبرها الإنجليز ، غير أن الصدامات الشديدة سرعان ما انهالت على هذا الجهاز الخطير ومنها الغاء نظامها الإدارى حيث جعلت الإذاعة مصلحة حكومية خاضعة لكل نظم ولوائح وتعليمات الإدارة الديوانية ، وكذا تعيين كريم ثابت باشا مستشار الملك الصحفى وزير للدولة لشئون الإذاعة .

وبالطبع صاحب الكلمة العليا فيها رغم اعتراض مجلس الوزراء على هذا التعيين مرتين ، ثم أعقب ذلك تعيين محمد قاسم

شقيق سكرتير الملك الخاص مديرا لها ، وتعاقبت التغييرات والقوانين مما ترك أثره السيئ عليها الى أن قامت ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ .

الإذاعة بعد ثورة يوليو :

كانت الإذاعة المصرية أول وسيلة اعلامية تنقل لجماهير مصر والعالم نبأ قيام ثورة يوليو ١٩٥٢ ، حيث اذاع الرئيس الراحل محمد أنور السادات أول بيان يعلن الثورة ، والقضاء على الملكية الفاسدة فى البلاد ، ويمكن أن نقول أنه منذ سمع المواطنون أولنداء للثورة من الإذاعة ، وعن طريقها علم الجميع نبأ قيام الثورة وبفضلها تحول الشعب كله فى لحظات إلى ثوار ، وتوالت التأييدات فرادى وجماعات.

وبقيام الثورة اسدلت الإذاعة ستارا على تاريخها قبل الثورة فكان ارسالها محدود القوة ، محدود الوقت ، مملوءة ببرامج هزيلة ، بينما بعد قيام الثورة اصبحت قوة ارسالها ١٦٢٤ كيلو وات ، بعد أن كانت ٧٢ كيلو وات على الموجه المتوسطة عام ١٩٥٢ .

ولم يكن هناك ارسال على الموجه القصيرة ، كما ازداد وقت ارسالها حيث وصل إلى ١١٧ ساعة يوميا عام ١٩٦٣ ، وترسل الآن ما يزيد على ٢٤٠ ساعة يوميا ، وبعدد من اللغات يبلغ أربع وثلاثون لغة ، بعد أن كانت تذيع برنامجا محليا فقط باللغة العربية ، وآخر

باللغتين الإنجليزية والفرنسية ، واستحدثت خدمات لم تكن موجودة قبل الثورة منها على سبيل المثال إذاعة صوت العرب التى بدأت ارسالها يوم السبت الرابع من شهر يوليو ١٩٥٣ ، للإعلام عن كافة القضايا العربية .

والدعوة إلى تحرير البلاد العربية من الاستعمار وعملائه ، والعمل على جمع كلمة العرب ، وحشد قواهم ضد أعداء العروبة ولمدة نصف ساعة يوميا ، وكان للنجاح الكبير الذى أحرزه البرنامج دافع قوي لتدعيمه – وزيادة ساعات ارساله ، فأصبحت ساعة بعد ثلاثة شهور من بدء إرساله ، زادت فى عام ١٩٥٤ إلى ساعتين ، وبعد تولى المرحوم الصاغ صلاح سالم عضو مجلس قيادة الثورة وزارة الإرشاد القومى الإشراف على الإذاعة ارتفع عدد ساعات صوت العرب فى يوليو ١٩٥٤ إلى سبع ساعات ، وازداد نجاح صوت العرب وازداد الاهتمام به وعندما تولى د. محمد عبد القادر حاتم الإشراف على الإذاعة زادت مدة ارسال صوت العرب إلى اثنتين وعشرين ساعة وربع يوميا .

كما انشئت البرامج الموجهه لتعلن وجهة النظر المصرية فى كل المشاكل الدولية ، وليصل صوتها إلى انحاء العالم بلغات شعوب

الدول المستهدفه ، ووفقا للزمن الذى يناسب تلك الشعوب ، وفق ما تخططه الدولة ضمن سياستها الإعلامية الهادفة .

من جهة أخرى انشئت خدمات كثيرة وبرامج جديدة في الداخل مثل إذاعة مع الشعب ، والبرنامج الثانى وركن السودان ، هذا بالإضافة إلى الإذاعات المحلية والتى بدأت بإذاعة الأسكندرية حتى أصبح صوت مصر قوياً على المستوى المحلى والوطنى والعربى والعالمى .

من جهة أخرى تنوعت الأشكال الإذاعية والتى قدمت بها الخدمات الإذاعية على اختلافها مضمونها للمستمعين لتواصل اداء رسالتها فى الإعلام والتثقيف والترفيه .

وشهدت الإذاعة المصرية بعد قيام ثورة يوليو المجيدة توسعات وانشاءات جديدة ، كما أشرنا ، فى أبريل ١٩٨١ بدأت إذاعة جمهورية مصر العربية مرحلة جديدة حيث استخدم نظام الشبكات الإذاعية ، وهو نظام فنى متخصص يهدف إلى تجميع الخدمات الإذاعية المتعددة والمتنوعة .

والتى أصبحت كثرتها مدعاة لتشتيت قدرة العاملين على الاستماع ، إلى جانب ما تلقيه هذه الإذاعات من مسئولية وأعباء على العاملين بها للوفاء بحاجلتها من المواد الإذاعية والبرامجية .

وهو أمر يؤثر فى القدرة على تجديد وتجويد البرامج التى يتطلبها البث الإذاعى من وقت لآخر خاصة وإن إنشاء هذه الخدمات الإذاعية المتعددة قد استدعته من قبل ظروف اجتماعية وسياسية وتنظيمية تختلف فى طبيعتها وأهدافها عن المرحلة الحالية التى تمر بها البلاد وعن الآفاق والرؤى المستقبلية والمنتظرة للمراحل القادمة .

ومن هنا تمر بها برزت الحاجة إلى اعادة صياغة عادات الاستماع بالنسبة للإذاعة لاستعادة ثقة المستمع ، الذى شتته كثرة الإذاعات وصرفته عنها بموادها التقليدية ؛ مع الأخذ فى الأعتبار أن أكثر هذه الخدمات الإذاعية قد انشئ قبل قيام التليفزيون ، ودون حساب لما يملكه من قدرة مؤثرة تجذب انتباه المواطن المصرى على نحو يصعب مقاومته ، فانكمشت مدة الاستماع للإذاعة فى أكثر الأوقات التى يبث فيها التليفزيون ارساله .

وهذا ما تشير العديد من الدراسات والبحوث خاصة التى اجرتها مراقبة البحوث بالأمانة العامة لاتحاد الإذاعة والتليفزيون فمثلاً نجد

٦٨٪ من المصريين يستمعون إلى الراديو بمعدل ١-٣ ساعات وأكثر الأوقات تفضيلاً قبل أو بعد الارسال التليفزيوني ، في الصباح الباكر من ٦-٨ صباحاً أو فترة ما بعد منتصف الليل وطبيعي استدعت الأوضاع صياغة الخدمات الإذاعية في شكل جديد يتناسب مع الظروف الحاجزة والمستقبلة ، مع أهمية التكامل عند التخطيط لكل منهما .

ولهذا بدأت الشبكات الإذاعية وهو نظام تأخذ به الدول المتقدمة والتي تعمل على أن تصل بخدماتها الإذاعية لكل مواطن ، وذلك بانشاء الشبكات المناسبة لتغطية كافة أنحائها .

فعلى سبيل المثال نجد إذاعة اليابان تبث برامجها من خلال ثلاث شبكات ، حيث تقدم خدمة إخبارية وتعليمية وموسيقية وترفيهية ، كما تذيع هيئة الإذاعة البريطانية من خلال اربع شبكات تقدم خدمات إخبارية وتعليمية وموسيقية وترفيهية ورياضية ودرامية ودينية ، بالإضافة إلى برامج الأطفال .

بينما تذيع إذاعة اسبانيا على ثلاث خدمات خصصت الأولى للخدمة الإذاعية العامة ، والثانية للموسيقى . والثالثة للثقافة ، بينما تسيطر اربع شبكات إذاعية كبرى على الإذاعة في الولايات المتحدة الأمريكية **CBS - NBC - ABC - Mutural** والى جانب شبكات الإذاعة الأربع يوجد عدد من الشبكات الإذاعية التجارية الصغيرة يصل عددها

إلى ١٣٥ شبكة اذاعة صوتية ، بالإضافة إلى P.B.S وهى اختصار لخدمة الإذاعة العامة Public Broadcasting Service والتى انشئت عام ١٩٦٧ وكان لها عدد كبير من محطات الإذاعة الصوتية غير المرئية .

وتهدف فى المقام الأول إلى بث البرامج الجادة ، وهى ليست تابعة للحكومة الأمريكية ، وإنما تقوم الدولة بتمويل جانب من ميزانيتها كمساهمة منها لتشجيع وجود اذاعات جادة إلى جانب الإذاعات التجارية أما باقى دخلها فيأتى من المنح التى تقدمها الهيئات والشركات لها .

وكذا تبرعات جمهور المستمعين وغيرهم ، وتتميز الإذاعة الصوتية الأمريكية بتخصص برامج محطاتها ، فهناك محطات لخدمة فئات معينة كالشباب ، والمثقفين والزنوج ، أو فى تقديم الأخبار أو الموسيقى على اختلافها ، وذلك لمواجهة منافسة التليفزيون للإذاعة الصوتية .

وهكذا طورت الشبكات الإذاعية نفسها وكيفت أوضاعها ، حتى ازدهرت جنبا إلى جانب شبكات التليفزيون الأمريكى .

الشبكات الإذاعية فى مصر :

كان عام ١٩٨١ مرحلة جديدة فى تاريخ الإذاعة المصرية ، حيث تطبيق نظام جديد هو نظام الشبكات الإذاعية ، الأمر الذى أدى إلى تقسيم النشاط الإذاعى إلى سبع شبكات رئيسية تضم ١٥ إذاعة محلية ، و ٣٩ خدمة إذاعية لتؤكد التواجد الإعلامى المصرى على كافة المستويات المحلية والوطنية والعالمية .

وتواصل اداء رسالتها فى الإعلام والتثقيف والترفيه فى إطار الاستراتيجية العليا للإعلام المصرى والتى تتركز حول حقيقة أساسية هى حق كل مواطن فى الإعلام ، ولتواكب أهم الأحداث على الصعيدين الوطنى والعالمى وفى شتى المجالات .

وبلغ إجمالى ما قدمته الشبكات السبع خلال عام ١٩٨٦/٨٥ ما يزيد على ٢٢٦ ساعة وبعدد من اللغات يبلغ ثلاثة وثلاثون لغة لتغطى أنحاء العالم وتنوعت اشكالها الإذاعية التى سنتحدث عنها فيما بعد عند الحديث عن برامج الإذاعة والتليفزيون ، وبلغ إجمالى ساعات بث الشبكات الإذاعية مائة وأربعين ساعة ، وتسع وعشرين دقيقة فى المتوسط .

ولو أضفنا اليوم ساعات ارسال المحطات الجديدة كإذاعة القناة ، وإذاعة مطروح ، وإذاعة الوادى الجديد ، لكان الرقم كبيراً ، وسبع وخمسون ساعة يوميا تبث من خلال ٣٩ خدمة إذاعية موجهة ، والشبكات السبع هى :

١- الشبكة الرئيسية
٢- شبكة المحليات
٣- الشبكة الثقافية .
٤- شبكة القرآن الكريم .
٥- الشبكة العربية " صوت العرب " .
٦- الشبكة التجارية .
٧- شبكة الاذاعات الموجهة .
٨- شبكة الشباب والرياضة .

ونتحدث عنها بالتفصيل فيما يلى :

أولاً : الشبكة الرئيسية :

هى الاذاعة الأم وبها أول برنامج إذاعى (البرنامج العام) الذى بدأ مع بداية الإذاعة عام ١٩٣٤ ، وتفرعت عنها إذاعات عديدة متخصصة ومحلية ، وتبث الشبكة ارسالها على مدى اربع وعشرين ساعة ، باعتبارها الشبكة الرئيسية المعبرة عن صوت مصر ، والخدمة

الرئيسية للإذاعة ، وتشير الدراسات والبحوث التى اجراها اتحاد الإذاعة والتليفزيون الى أولوية البرنامج العام من حيث عدد مستمعيه، فبرامجها توجه لتخدم ابناء مصر.

٣- شبكة المحليات :

أصبحت الإذاعات المحلية سمة من سمات العصر ، حيث تحقق نجاحاً أينما وجدت لما تقدمه من خدمات بالدرجة الأولى للبيئة والمواطن المصرى أينما وجد ، لتشاركه تطوير بيئته وتنميتها والنهوض بها .

وتلعب دورا هاما في زيادة فاعلية أو كفاءة الإعلام الإذاعى فى العملية التنموية ، حيث يمكن من خلالها التعرف على الاحتياجات المحلية ، والعمل على تعريف سكان المناطق التنموية ، حيث يمكن من خلالها التعرف على الاحتياجات المحلية ، والعمل على تعريف سكان المناطق التى تخدم بها ، وتكييف البرامج المذاعة بحيث تتفق مع ردود الفعل المحلية .

وتحقيق التكامل بين أنشطة المجتمع المحلى والإعلام الإذاعى فيقوم العمل الميدانى المضمون الإذاعى من جهة ، كما تضفى الإذاعة المحلية الشرعية على العمل الميدانى ، ويتم من خلالها تفسير الأمور

المحليـة للجمهور ، وتشـجيع افـراده علـى التعبير عـن أنفسـهم حـول مستقبل مجتمعاتهم ، وتعمل على المحافظة على الثقافة المحلية وتسـعى إلى تطويرها ، ولخطورة دور الإذاعات المحليـة يسعى اتحـاد الإذاعـة والتليفزيون إلى زيادة عدد محطاتها لتبلغ إحدى عشر محطة .

أنشئت أولاها فى مدينة الاسكندرية عام ١٩٥٤ واعتبرت النـواة الأولـى لفكرة انشاء إذاعـات محليـة ، لتقدم خدماتهـا علـى أسـس لا مركزية اتساقا مع فلسفة الإدارة المحلية ، وبما يحقق النهوض بالبيئـات المحليـة ، وييسر لهـا اسباب النمـو والإزدهـار ، وتشـير الدراسـات الميدانية أن ٩٢,٨٪ من ابناء مدينة الأسكندرية الذيـن يتـابعون الراديـو يستمعون إلى برامج إذاعـات الأسكندرية المحليـة ، ويبلـغ حجم الذيـن يستمعون إلى الإذاعة ٨٥,٩٪ .

إذاعة الشعب :

وبدأت ارسـالها لخدمـة طوائـف الشـعب العاملـة علـى اختـلاف مسـتوياتها فـى يوليـو عـام ١٩٥٩ ، وذلـك يهـدف توعيتهـم اجتماعيـا واقتصاديا وسياسيا .

إذاعة القاهرة الكبرى :

وبدأت بث برامجها الساعة السادسة صباح الأربعاء أول أبريل ١٩٨١ ، لتخدم محافظات القاهرة الكبرى الثلاث (القاهرة - الجيزة - القليوبية) بكثافتها العالية والتى تبلغ ٤٠٪ من سكان جمهورية مصر العربية وذلك بعد مضى ٢٧ عاما من انشاء أول إذاعة محلية فى الأسكندرية .

وهكذا استمرت سياسة التوسع فى انشاء المحطات المحلية فأنشئت إذاعات وسط الدلتا فى (طنطا) وبدأت بث برامجها فى ٢٢ يوليو ١٩٨٢ بارسال مسائى مدته ساعتان ثم زيادتها تدريجيا مع تزايد نشاطها وتكثيف خدماتها وليصبح ارسالها ٥٦ ساعة أسبوعيا وعلى فترتين صباحية ومسائية وكذا إذاعة شمال الصعيد التى بدأت بث برامجها من محطتها فى مدينة المنيا فى ١٣ مايو ١٩٨٣ ولتغطى بارسالها محافظات شمال الصعيد (اسيوط - المنيا - بنى سويف - الفيوم) .

أما إذاعة شمال العريش فقد بدأ العمل الإذاعى بها فى الخامس والعشرين من أبريل عام ١٩٨٤ ، فى ذكرى احتفال مصر برفع علم مصر على مدينة رفح وبثت برامجها خلال فترتين صباحية ومسائية من مقرها بحى المساعيد فى مدخل مدينة العريش كما تم الإفتتاح

التجريبية لإذاعة جنوب سيناء فى الثالث والعشرين من أبريل عام ١٩٨٥ فى مدينة الطور لتخدم مجتمع محدود فى مدينة الطور ، ووا ديها وقرية الحبيل .

ومنذ عام ١٩٨٥ وحتى ١٩٨٨ ولمدة ثلاث سنوات والعمل يجرى لإنشاء إذاعة القناة فى مدينة الإسماعيلية ، ولتخدم محافظات القناة الثلاث والشرقية ، وبدأت ارسالها التجريبى فى نهاية شهر مايو ١٩٨٨ ، وافتتحها رئيس الجمهورية فى اكتوبر ١٩٨٨ هذا وقد انشئت إذاعة مطروح والوادى الجديد لتغطى وجه مصر فى الوادى الجديد ومرسى مطروح .

وهكذا يتوالى انشاء الإذاعات المحلية ، ويتزايد انتشارها فى مصر يوما بعد يوم لأهميتها فى تحقيق تنمية المجتمع المحلى فى إطار التنمية الشاملة والتى تتكامل فيها أوجه النشاط الإجتماعى والاقتصادى مكونة كيانا واحدا لا يمكن فصل أجزاءه ، وتتناول برامجها أفاقاً واسعة لخدمة المواطن فى المجتمعات المحلية فى كل المجالات .

ولتنمية قدراته وطاقاته تنمية كاملة من أجل خيره وخير بلاده ، وتتيح برامجها مزيدا من الخدمات لمستمعيها ولتشبع حاجاتهم المعرفية والمهارية والوجدانية ، فنجد التقارير والنشرات الإخبارية والبرامج

التعليمية وجامعة الهواء ، كما تفتح قنوات إذاعية جديدة لحل مشاكل جماهير المجتمع المحلى من خلال مجموعة من البرامج ، التى تعتبر حلقة ربط وثيقة بين الجماهير والأجهزة التنفيذية للحكم المحلى .

هذا بالإضافة إلى برامج الخدمات الخاصة بالطوائف وأصحاب الحرف والمهن المختلفة وطبقا لطبيعة كل مجتمع ، كما تهتم ببرامج الشباب والطلائع والأطفال والأدباء بالتعاون مع مديريات الشباب وقصور الثقافة وتعمل على تعميق المفهوم الديمقراطى وإتاحة الفرصة للرأى والرأى الأخر خلال برامجها التى تتيح حرية التعبير وإبداء الرأى ، كالتقارير الإخبارية ، والصور الصوتية التى تقدم من خلال المجالس الشعبية ، ومواقع العمل ، هذا بالإضافة إلى اهتمامها بتغطية المناسبات الهامة داخل المجتمع المحلى .

باختصار تعتبر الإذاعات المحلية قناة هامة للتعبير عن الآراء والمواقف داخل المجتمع المحلى تعرض مشاكله ، وتبرز مطالبه ، وتعالج قضاياه من وجهة أبناءه ، والتى تختلف من مجتمع لآخر كما تبرز الصورة البيئة التى يرى فيها أبناء المجتمع أنفسهم ، وهى بمثابة حلقة إتصال وعلاقة سليمة ومتوازنة بين المجتمع المحلى بمختلف قطاعاته وهيئاته ومؤسساته ومصالحه وتنظيماته شعبية أو رسمية .

هذا بالإضافة إلى علاقته بالمجتمع الوطنى الأكبر ولتؤكد الإرتباط والتكامل بين الذاتية المحلية والهوية الوطنية ، مستهدفه ربط الجزء بالكل ، توظف إمكاناتها البرامجية لتلبية إحتياجات جمهورها من أبناء المجتمع المحلى باعتبارهم جزء من كيان هذا المجتمع .

وبالتالى تحقق المشاركة الجماهيرية لأعضاء البيئة المحلية تفكيراً وعملاً فى وضع وتنفيذ البرامج التى تستهدف النهوض بهم .

٣- الشبكة الثقافية :

وتضم البرنامج الثانى ، والبرنامج الموسيقى ، والبرنامج الأوروبى المحلى وتقدم الشبكة برامجها الثقافية رفيعة المستوى التى تخاطب قطاع المثقفين حيث تهدف إلى إشباع ميول المثقفين وتعمل على رفع المستوى الثقافى كمناقشات الرسائل العلمية (ماجستير - دكتوراه) والندوات والأعمال الأدبية والدرامية كالمسرحيات العربية والمترجمة ، والبرامج الشعرية والنقدية ، وتقديم الأعمال الموسيقية من الإهتمام بشرحها وتوضيحها .

ويعتبر البرنامج الأوروبى أقدم برامج الإذاعة قاطبة ، حيث بدأ مع مولد الإذاعة فى مايو ١٩٣٤ ويقدم بست لغات الجاليات الأجنبية فى مصر ، وهم الإنجليزية والفرنسية والألمانية والإيطالية واليونانية

والأرمينية ، ويعرف المستمع الأجنبى فى مصر بالمبادئ والإنجازات ووجهات النظر المصرية .

بالإضافة إلى أهم الأخباروالأحداث الجارية فى الداخل والخارج وكذا التحرك المصرى فى كافة القضايا المصرية وبعض برامج تعليم اللغات خاصة الإنجليزية والألمانية .

أما البرنامج الثانى فبدأ ارساله فى ٢٥ مايو ١٩٥٧ ليقدم للمثقفين من المستمعين خدمة ثقافية متخصصة تواكب فى انتاجها البرامجى عرض النشاط الفكرى والثقافى والعلمى فى مصر ، وكذا تراثها الحضارى على مر العصور والأزمان وتأثيرها فى مختلف حضارات العالم .

وبدأ البرنامج الموسيقى ارساله فى مارس ١٩٦٨ لنشر الوعى الموسيقى حيث عينت الإذاعة بالموسيقى على اختلافها ، لتأثيرها البالغ فى حياة الشعوب ، وتنمية الذوق ، والإحساس بالجمال ، ويهتم البرنامج بنشر الثقافة الموسيقية بين المستمعين ، فيقدم روائع الأعمال الموسيقية عالمية وعربية ، بالإضافة إلى أحدث المنوعات الغنائية ، والتراث العربى من الموسيقى والغناء ، والذى بدأت الفرق الموسيقية المتخصصة فى إعادة تقديمة بشكل جديد .

٤- الشبكة العربية :

وتضم الشبكة إذاعة صوت العرب ووادى النيل ، وإذاعة فلسطين ، وقد أنشئت إذاعة صوت العرب فى الرابع من يوليو ١٩٥٣ بعد قيام ثورة يوليو بعام واحد يهدف تعميق الشعور العربى ، وإبراز الروابط العميقة التى تجعل من الوطن العربى أسرة واحدة ، وذات مصير واحد .

وإلقاء الأضواء على إمكاناتها ، ومجالات العمل العربى المشترك ، والتعبير من وجهة نظر مصر فى كافة القضايا والشئون العربية ، وأبراز دورها ونضالها من أجل قضايا الأمة العربية .

كما تضم الشبكة العربية كافة الإذاعات الموجهة من مصر إلى المنطقة العربية ، كإذاعة فلسطين والتى بدأت ارسالها فى التاسع والعشرين من أكتوبر ١٩٦٠ تستهدف تجميع أبناء فلسطين والعرب حول الهدف المشترك واستعادة الحقوق المشروعة لشعب فلسطين وتعمل برامجها على إبراز النضال الفلسطينى والقومى من أجل قضية فلسطين .

وتأكيد دور مصر فى مساندتها على جميع الساحات الدولية ، تسعى إلى الإبقاء على حيوية وحضور الصوت الفلسطينى ، وتعميق الأرتباط من الفلسطينين فى المناطق العربية المحتلة وإلقاء الأضواء على صمود الشعب الفلسطينى ، وإبراز فنونه وأدابه ، وأهم شخصياته فى كافة المجالات السياسية والأدبية والعلمية ...الخ والحفاظ على الطابع الفسطينى فى كافة المجالات وحتى العودة .

من جهة أخرى تضم الشبكة العربية إذاعة وادى النيل والتى أنشئت فى أول يناير ١٩٨٤ .

ولتصبح أول إذاعة مشتركة فى تاريخ الإعلام العربى لتجسد مسيرة التكامل شعبى وادى النيل فى كل من مصر والسودان ومن قبل كانت إذاعة " ركن السودان " التى بدأت ارسالها منذ عام ١٩٤٩ كركن من أركان البرنامج العام وفى أوائل عام ١٩٥٤ تقرر تخصيص برنامج كامل مستقل يهدف إلى تحقيق الصلات وتدعيم أواصر التقارب مع الشعب السودانى الشقيق ولتعميق مسيرة التكامل بين البلدين ولتربط السودانيين فى كافة أرجاء الوطن العربى بوطنهم فى جنوب الوادى .

وهكذا تواصل إذاعة وادى النيل مسيرتها من أجل إنسان وادى النيل شماله وجنوبه ، ولا شك من التجارب التى تعتز بها إذاعة وادى

النيل عمل الإذاعيين السودانيين والمصريين جنباً إلى جنب ، سواء فى القاهرة أو الخرطوم يسودهم الإنتماء لوادى النيل ، ويعملون بروح الفريق الواحد .

٥- شبكة القرآن الكريم :

وتضم إذاعة القرآن الكريم والتي أنشئت في مارس عام ١٩٦٤، لتزود المستمعين بالثقافة الإسلامية في منابعها الأصلية القرآن الكريم والسنة النبوية ، ونشر الدعوة الإسلامية وتعميق الوعى الإسلامى ، وتقديم الزاد الروحى فى صوره وأشكاله المتعددة مع إذاعة النص القرآنى مرتلا ، أو مجودا بصوت المشاهير من القراء وتقديم الشرح والتفسير والتحليل والتوجيه من خلال برامج الفتاوى والفقه وبرامج المجتمع والأسرة ، والتغطية الكاملة لكل المناسبات الدينية وتغطية الأحداث الهامة فى حياة المسلمين .

٦- الشبكة التجارية :

وتضم إذاعة الشرق الأوسط والتى بدأت خدماتها الإذاعية فى مايو ١٩٦٤ كخدمة تجارية لها طابعها المميز بين سائر الخدمات الإذاعية الأخرى ، حيث يتوفر لها جذب أكبر عدد من المستهلكين والمعلنين فى الشرق الأوسط وتعتمد فى تمويلها ودخلها على الإعلان

كوسيلة لدعم برامجها ، والتى تتصف بالتشويق والجاذبية وتقديم الألوان المختلفة من الموسيقى والغناء والثقافة والدراما .

إلى جانب الإلتزام بأهداف الإذاعة من إعلام وأخبار وتثقيف وتسلية وترفيه ، وتتسم برامجها بالخفة والسرعة ، وليتفق إيقاعها مع إيقاع الحياة نفسها فلم تعد البرامج الطويلة فيها عمادها الأول وطابعها العام ، لأن الإعتماد على مثل هذه البرامج يكسب الإذاعة إيقاعاً بطيئاً لا يتفق مع إيقاع المجتمع السريع ، وهذا سر إقبال جمهور المستمعين عليها .

٧- شبكة الإذاعات الموجهة :

بدأت البرامج الموجهة خدماتها عام ١٩٥٣ لكى تحمل إلى شعوب العالم صوت مصر للتعريف بوجهة النظر المصرية فى مختلف القضايا السياسية وخاصة لمنطقة جنوب آسيا ، وجنوب شرق آسيا ثم بدأ الإرسال مناطق أخري فى أفريقيا وأوربا والأمريكتين وأخيراً أستراليا حتى شمل كافة قارات العالم ، ولتعريف كافة شعوب العالم بوجهة النظر المصرية أذاء القضايا والمشكلات الدولية .

وتعريف شعوب العالم بالحضارة المصرية ، وزيادة الروابط بين الشعب المصري وشعوب العالم ، وإبراز دور مصر وجهودها على كافة المستويات الوطنية و العربية والإسلامية والعالمية ، ونشر وتعليم اللغة العربية عن طريق تعليم العربية بالراديو ، وتقدم برامجها الموجهة من خلال ٣٩ خدمة إذاعية ، ولتغطي أرجاء المعمورة باستخدام ٣٤ لغة ولهجة على مدى سبع وخمسين ساعة في المتوسط يوميا ، من بينها العربية والإنجليزية والفرنسية والصومالية والبرتغالية والأندونيسية والبمبرة الأوردية والفارسية والتايلاندية والسواحلية والأمهرية والشونا واللينجالا واليوريا والملابوية والبشتو والألمانية والزولو والصينية والعفرية والسندبيلي والهاوسا والفولانية والعبرية والتركية والبنغالية واليابانية والروسية ..الخ .

٨- شبكة الشباب والرياضة :

اتفق في ١٩٧٤/٩/٣٠ على انشاء خدمة اذاعية للشباب تعبر عن آرائهم وافكارهم وترد على تساؤلاتهم واستفساراتهم .

وبالفعل انشئت هذه الخدمة في ١٩٧٥/١٠/٦ بطاقم من المذيعين الشباب حديثي التخرج وبدأت هذه الاذاعة ليشمل ارسالها لمدة

ساعتين يوميا وذلك على فترة واحدة من الساعة الثالثة وحتى الخامسة مساءاً .

ثم بدأت إذاعة الشباب والرياضة بفترة بث صباحية بعد ذلك مدتها ساعة من السابعة وحتى الثامنة صباحاً تتلوها فترة بث مسائية مدتها ساعتين من الثالثة ظهرا وحتى الخامسة مساءاً ثم بعد ذلك الغيت الفترة الصباحية ابتداء من الأسبوع الثالث لبدء الاذاعة فى ٧٥/١٠/١٨ وتم الاكتفاء بالفترة المسائية .

وفى عام ٨٢/٨١ تم اعادة البث فى الفترة الصباحية من الثامنة وحتى التاسعة صباحاً وابتداء من عام ٨٣/٨٢ زادت فترة البث المسائية فأصبحت تبدأ من الثانية ظهراً وحتى السابعة مساءاً وبذلك بلغ اجمالى بثها اليومى فى ذلك العام ست ساعات على الفترتين الصباحية والمسائية .

وفى نفس العام اضيف إلى اسمها كلمة الرياضة فأصبحت اذاعة الشباب والرياضة ، ولقد تميزت اذاعة الشباب والرياضة منذ بداية نشأتها بتناول الموضوعات التى تهم قطاع الشباب على اعتبار أن الشباب هو أمل مصر فى المستقبل وتقع على عاتقه مسئوليات حسام .

وفى بداية نشأتها أيضا كان يجب من انطلاق اذاعة الشباب نقص الدعم المادى الذى يمكنها من تحقيق الارسال لتقديم أكبر عدد ممكن من البرامج لكى تناسب مختلف اتجاهات الشباب ، وكذلك محاولة ايصال هذه الخدمة الاذاعية إلى مختلف أنحاء الجمهورية ، وفى يناير عام ١٩٩٠ بعد أن توقف نشاط إذاعة الشعب ارتفع عدد ساعات ارسال إذاعة الشباب والرياضة إلى ٩ ساعات على فترتين لمدة أربع ساعات من الثامنة صباحا وحتى الثانية عشر ظهراً واستمرت الفترة المسائية كما هى من الثانية وحتى السابعة مساءاً

وفى يناير عام ١٩٩٣ زاد عدد ساعات ارسال اذاعة الشباب والرياضة أيضاً إلى ١٣ ساعة يومياً من بداية افتتاح إذاعة الشباب فى السادسة صباحاً وحتى السابعة مساءاً .

وفى نوفمبر عام ١٩٩٤ زاد عدد ساعات ارسال إذاعة الشباب والرياضة لتصبح ١٦ ساعة فى اليوم وتقدم برامجها على فترتين الفترة الأولى من السادسة صباحاً وحتى السابعة مساءاً ، والفترة الثانية من العاشرة مساءاً إلى الواحدة بعد منتصف الليل .

وفى بداية عام ١٩٩٥ انفصلت اذاعة الشباب والرياضة عن شبكة الاذاعات المحلية وأصبحت شبكة الشباب والرياضة أى شبكة

مستقلة شأنها شأن الشبكة التجارية والشبكة الرئيسية وزاد عدد ساعات ارسال إذاعة الشباب والرياضة بعد أن أصبحت شبكة إلى عشرون ساعة فى اليوم بدأ من الساعة السادسة صباحاً وحتى الثانية بعد منتصف الليل .

إذاعة الشباب والرياضة فى ظل نظام الشبكة الإذاعية :

فى أول أبريل عام ١٩٨١ بدأت مرحلة جديدة من عمر الإذاعة المصرية ، حيث تم تطبيق نظام فنى متخصص عرف " بنظام الشبكات الإذاعة " وبمقتضاه أصبحت الإذاعة المصرية تتكون من سبع شبكات . بحيث يتم وضع الإذاعات المتماثلة والمتكاملة فى رسالتها على موجة واحدة بحيث لا يتوه المستمع مع المؤشر المتنقل بين موجات عديدة بغية البحث عن إذاعة معينة ، فالشبكة الإذاعية كيان مستقل تستهدف فى أدائها نوعية من الجماهير المتجانسة اجتماعيا واقتصاديا .

وبموجب هذا النظام إنضمت إذاعة الشباب والرياضة فى بداية نشأتها إلى شبكة الإذاعات المحلية أو الاقليمية والتى تضم فيها جميع الإذاعات الاقليمية والمحلية فى مصر .

وفى ضوء هذا النظام استقلت إذاعة الشباب فى بداية نشأتها بست ساعات للإرسال على فترتين الأولى من الثامنة وحتى التاسعة والثانية من الثانية ظهراً وحتى السابعة مساءاً .

وفى عام ١٩٩٠/١٩٨٩ كان اجمالى عدد ساعات ارسال الإذاعة المصرية كلها باستثناء شبكة الإذاعات الموجهة ٧٣٨٣١ ساعة بمتوسط يومى ٢٠٧ ساعة و ٥٥ دقيقة و شغلت منها الشبكة المحلية ٢٩٥١٧ ساعة بمتوسط يومي ٨٦ ساعة و ٣٠ دقيقة

أما إذاعة الشباب والرياضة فكان نصيبها ٣١٤٣ ساعة ارسال بمتوسط يومى ٨ ساعات و ٣٧ دقيقة ، أى نسبة ١٠,٦ ٪ من اجمالى ساعات ارسال شبكة المحليات ٤,٣ ٪ من اجمالى ساعات ارسال الإذاعه المصرية .

وفى عام ١٩٩٢/١٩٩١ كان اجمالى عدد ساعات ارسال الإذاعة المصرية كلها ٩٩٣٩٨ ساعة بمتوسط يومى قدره ٢٧٢ ساعة و ٢٠ دقيقة وترجع هذه الزيادة إلى إضافة إحدى الخدمات الإذاعية التابعة لشبكة المحليات وهى إذاعة مرسى مطروح المحلية بالإضافة إلى زيادة ارسال بعض الخدمات الأخرى وباستثناء شبكة الإذاعة الموجهة يكون المتوسط اليومى للشبكات الست الأخرى ٢١٤ ساعة

و ٤٤ دقيقة ، وقد شغلت شبكة المحليات ٣٢٢٢٥ ساعة و ١٧ دقيقة من اجمالى عدد ساعات ارسال الإذاعة المصرية .

أما إذاعة الشباب والرياضة فكان نصيبها ٣٧٠٢ ساعة أى بنسبة ١١,٥٪ من اجمالى ساعات ارسال شبكة المحليات ٤,٧٢٪ من اجمالى ساعات ارسال الإذاعة المصرية .

- وتبث إذاعة الشباب والرياضة حالياً برامجها على موجه شبكة الشباب والرياضة وهى موجه F . M ٤٢٢ متراً بذبذبة قدرها ٧١١ كيلو هرتز ويغطى ارسالها جميع أنحاء جمهورية مصر العربية وبذلك أصبح لإذاعة الشباب والرياضة منذ عام ١٩٩٥ شبكة مستقله تسمى شبكة الشباب والرياضة ..

بالإضافة إلى هذه الشبكات الثمان أنشأت إذاعة جمهورية مصر العربية ولأول مرة ما يلى :

(١) الأخبار المركزية لخدمة كل الشبكات الإذاعية ، وتعمل على جمع الأبناء من مصادرها الأساسية ، وتتولى بدورها توزيعها على الشبكات لتعد كل شبكة أو خدمة نشرتها الأخبارية بما يتلاءم مع هدف انشائها ومتطلبات مستمعيها .

(٢) تخطيط الإنتاج الإذاعى المركزى على مستوى الإذاعة والذى يخدم كل شبكة الإذاعة مع مراعاة طبيعة كل شبكة إذاعية وتخصصها بحيث تركز كل شبكة فى انتاجها على الموضوعات والأشكال الفنية التى تساعدها على أداء رسالتها .

ومن بينها التخطيط للإنتاج الغنائى والموسيقى ، وتخطيط الإنتاج للدراما ، وتخطيط الإنتاج الدينى والتخطيط الإنتاج للمناسبات والتبادل الإذاعى والتى تحتاجها الإذاعات على اختلافها ، هذا بالإضافة إلى أن كل شبكة تخطط عما تنوى تقديمة من عطاء موسيقى أو غناء أو دراما أو برامج دينية وترفع هذه الخطط إلى اللجنة المركزية على مستوى قطاع الإذاعة وتضم كفاءات ممتازة من خارج الإذاعة ، إلى جانب مديرى الإنتاج فى الشبكات الإذاعية كالدراما مثلاً .

ويتولى هذه اللجنة التنسيق بين الخطط والإطمئنان على ارتباط المسلسلات والتمثيليات المقترحة بالقضايا والموضوعات التى تفرضها إلتزامات الإذاعة حيال المجتمع وظروفه فى كل مرحلة ، كما تتولى هذه اللجنة قراءة جميع حلقات المسلسلات التى تعرض عليها .

وتعتبر فى هذه الحالة بمثابة لجنة قراءة ، وذلك للإطمئنان على المستوى الفنى للمعالجة الدرامية ، وفق الأسس المتعارف عليها فى

الدراما الإذاعية ، وتراعى طبيعة كل شبكة إذاعية ، وتخصصها والتنسيق بين الألوان الدرامية التى تقدمها الشبكات الإذاعية ، بحيث يتحقق من خلال التنوع فى عطاء الشبكات نوع من التكامل فى أداء الرسالة الإذاعية .

والحرص على تنويع الأشكال الدرامية ، فليس الإنتاج الدرامى قاصرا على المسلسلات وحدها وإنما يتضمن تقديم التمثيليات (سهرة - نصف - ساعة) والبرامج الخاصة ، والبرامج الدرامية ، والبرامج نصف الدرامية ، كما توازن فى تخطيطها الدرامى بين الكم والكيف فليست العبرة بكم ما تقدمه من دراما .

وإنما مستوى ما تقدمه من موضوعات ، باسلوب فنى رفيع يستطيع جذب اهتمام المستمع ومتابعته ، مع الحرص على فتح المجال أمام المواهب والمبدعين والكتاب الجدد فى ميدان التأليف الدرامى

وتنظيم الدورات التدريبية لمن يبدئ رغبة فى دراسة حرفية الكتابة للدراما الإذاعية .

ولعل هذا هو أحد الوسائل التى تلجأ إليها الإذاعة لمواجهة النقص فى عدد كتاب الدراما الإذاعية المتمرسين الذين قد تشدهم من الإذاعة اغراءات الكتابة لحقول فنية أخرى تدر عائدا ماديا أكبر ، كما

تحرص على انتاج اعمال درامية خاصة تشارك بها فى المسابقات الإذاعية والعربية أو الإفريقية .

(٣) جهاز مركزى للتنسيق بين كافة الشبكات الإذاعية فى مجال استخدام الإمكانات الإذاعية المتاحة ، وخاصة التنسيق بين المواد الإذاعية ، كالأشرطة فالبرامجى ما عليه إلا أن يرسل للتنسيق الأشياء التى يحتاج إليها كجزء من تمثيلية أو مسرحية أو حديث للشيخ الشعراوى ، وكل شريط له رقم ، وما عليه إلا أن يكتب ما يريد .

ويتم تزويد مقدمى البرامج بها ، طبعاً هذا بخلاف ما تختص به شبكة التنسيق من اعداد وإصدار البرامج اليومية للشبكات الإذاعية ، وتنسيق إذاعة الأغانى بينها ، واصدار التعديلات الإذاعية لجميع الشبكات ، مع إعداد البرامج ذات الصفة الطارئة وتنفيذها ، واعداد برامج المناسبات وتنفيذها ، وتنفيذ الإذاعات والتسجيلات الخارجية ، وحجز الاستديوهات الإذاعية للشبكات واستديوهات المراسلين .

وتنفيذ جميع التسجيلات الإذاعية ، وكذا البرامج المذاعة على الهواء ، واعداد القوائم للبرامج وارسالها للقطاع الإقتصادى لتسويقها ، وتنفيذ البرامج بالتبادل الإذاعى ، وتنفيذ البرامج المهداه من الإذاعات للجهات الأخرى .

بينما تقوم ادارات التنسيق بخدماتها لكل شبكة فيما يلي :

١- تخطيط واعداد خرائط الدورة وتوزيع البرامج الجديدة والمستمرة على المساحة الزمنية المخصصة للبرامج .

٢- استخراج ارقام الأشرطة للمطربين والمطربات والبرامج الغنائية وأغانى الأفلام وادراجها على البرنامج اليومى .

٣- ضبط الوقت الخاص بالبرنامج والأغانى ، والتأكد من سلامة المدد المدرجة بالبرنامج ، وتحديد الأوقات التى يتم فيها تعديل الموجات ، وادراجها على البرنامج اليومى .

٤- اصدار التعديلات المطلوبة والمعتمدة من رئيس الشبكة .

٥- ادراج الأعلانات على البرنامج اليومى ، واجراء التعديلات وفقاً لرغبات المعلنين وادراج الأعلانات التى تذاع خلال البرامج المختلفة ، وتعديل الأغانى التى توضع قبل وبعد الإعلانات .

٦- تنسيق البرنامج اليومى للبرامج الموجهة باللغات المختلفة .

مكتبات الإذاعة :

ومنها المكتبة الرئيسية التى تمد الشبكات الإذاعية بالأشرطة المطلوبة ، وهناك مكتبة الهندسة الإذاعية ويحفظ بها التسجيلات ذات القيمة الأدبية والمادية الهامة .

وهناك مكتبة حركة الأشرطة لتسليم الشبكات وإعادتها لحفظها وتضم مكتبة الإذاعة تراثا إذاعيا هاما ونادرا ، ويجرى العمل على تطوير نظام المكتبات وأنشاء المكتبة التاريخية ومكتبة التمثيليات ، ومكتبة القرآن الكريم .

فضلاً عن وجود مكتبات فرعية تخدم الإذاعات المحلية ، كإذاعة الأسكندرية ووسط الدلتا والعريش ، وشمال الصعيد .....الخ) ومكتبة خاصة بالأسطوانات الموسيقية والغنائية والتى تذاع فقرات البرامج أو فى البرامج الموسيقية على اختلافها .

وفى الختام هناك الشئون المالية والإدارية والتى تضم الحسابات المالية للإذاعة والتكاليف والميزانية والعقود والشئون الإدارية وشئون الأفراد .

مميزات الراديو كوسيلة إتصال جماهيرية :

يمتاز الراديو كوسيلة إتصال جماهيرية بأنه كان ولايزال الوسيلة الاساسية للاتصال فى معظم أرجاء العالم ، حيث ترجع أهميته إلى سرعة وصول الرسائل المسموعة إلى الجماهير ، وإلى رخص ثمنه ، ويسر استخدامه فأحياناً ما يكون الراديو الوسيلة الوحيدة لنقل الانباء وردود الافعال وتفسير الاحداث .

هذا بالاضافة إلى أنه الوسيلة الوحيدة من وسائل الاتصال التى لايمكن إيقافها إيقافا كليا وفعالا ، فهى تصل إلى جميع أنحاء العالم المختلفة فى نفس الوقت متخطياً حاجز الامية والحدود والفواصل الجغرافية والطبيعية ... كما تتميز المادة الاذاعية بإمكانية تسجيلها وإذاعتها عدة مرات ، وتخاطب المادة الاذاعية مختلف فئات الجماهير وتنقل لهم الثقافة والعلوم والفنون والاخبار أينما كانوا كذلك فإن تنوع المادة المقدمة على مدار اليوم يتيح لها أن تقدم للمستمعين خدمات عديدة متعددة تفى بكافة احتياجاتهم ورغباتهم . ويتسم الراديو بكونه يخاطب الانسان الفرد بما يجعله وسيلة حميمة تحقق الالفة مع المستمع ... ويستخدم الراديو الكلمة

المنطوقة والموسيقى والمؤثرات الصوتية بما يتيح له التأثير على العقل والعاطفة معاً .

فقوة الراديو تأتى من كونه وسيلة دولية وحالية ومرنة ، كما أن إنتاج برامجه لايتطلب تكلفة مادية عالية مثل غيره من وسائل الاتصال الجماهيرية الاخرى .

ومع كل تلك المميزات السابقة نجد أن الراديو كوسيلة إتصال جماهيرية تحفه بعض العيوب مثل كونه وسيلة سمعية فقط أى تعتمد على الصوت وبالتالى التأثير يكون أقل بما إذا استخدمنا حاستين مثل السمع والبصر معاً ، فإن قدرة الانسان على التركيز وبالتالى حدوث التأثير المرغوب تكون أكثر فاعلية ما لم يتم استخدام السمع والبصر معاً .... كما أن هناك عيباً آخر الا وهو صعوبة استعادة الرسالة اذا فشلنا فى فهمها من المرة الاولى ، فنحن نستطيع أن نعيد قراءة ما لم نفهمه من صحيفة أو كتاب أوغيره ولكن هذه الميزة غير موجودة فى الراديو .

خصائص الاذاعة كوسيلة اتصال :

يتميز الراديو - كوسيلة اتصال جماهيرية - بعدة خصائص أساسية يمكن إجمالها فيما يلى :

١ - إتساع نطاق التغطية الجغرافية للارسال الإذاعى :

لقد نشط نمو الاتصال الالكترونى نيتجة التزايد المضطرد لقنوات الارسال المستخدمة ، فعندما اخترع الراديو فى البداية ، كانت الاطوال المستخدمة هى ما يطلق عليه الان الموجات الطويلة ، وهذه الموجات آنذاك هى التى تستطيع الانتقال عبر مسافات بعيدة ، وادخلت بعد ذلك تدريجياً الموجات المتوسطة التى تغطى دولة أو منطقة معينة ، غير أنه بغية توسيع نطاق الارسال بدرجة أكثر أخذ الإذاعيون يستخدمون ترددات أعلى (الموجة القصيرة) . ولاشك أن إستخدام الموجة القصيرة هو فى حقيقته يمثل امتداداً متنوعاً لوسائل الاتصال ، حيث تستخدم الدول هذه الموجة للاذاعات الخارجية لكى يصل الارسال إلى المستمعين فى مناطق مختلفة من العالم ويساعد على ذلك طبيعة

موجات طيف الراديو القادرة على تغطية مساحات شاسعة من الكره الارضية فلايمكن لاى وسيلة إتصال جماهيرية أن تنافس الاذاعة فيما يتعلق بنطاق التغطية الجغرافية ، والاذاعة فى ذلك تتخطى الحواجز والقيود الطبيعية والمصطنعة مثل الصحارى والجبال والى حد كبير محطات التشويش خاصة بعد التطورات التكنولوجية الحديثة ، وتدور الكلمة المذاعة حول العالم سبع مرات وتصف المرة فى الثانية الواحدة مما جعل الراديو يظهر العالم وكأنه قرية صغيرة ، وشكل فى الوقت نفسه أحد الاسباب التى جعلت الاذاعة خصوصاً من بين وسائل الاتصال الجماهيرية تتسم بأنها أكثر هذه الوسائل تحت سيطرة الحكومة فى دول العالم المختلفة أى أن الحكومات - نتيجة لاعتبارات وأسباب متعددة - تلجأ إلى الاذاعة وتتخذها سلاحاً لتحقيق أهداف معينة فى الداخل والخارج سواء فى السلم أم الحرب ، وذلك لما تتمتع به الاذاعة من سرعة فائقة وإتساع نطاق التغطية الجغرافية للارسال الاذاعى ، وبالتالى إمكانية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير مقارنة بالوسائل الاخرى .

٢ - *إقتصاديات الاذاعة :*

إن أنخفاض تكاليف الارسال والاستقبال الاذاعي أضفى على الاذاعة أهمية خاصة سواء بالنسبة للدول النامية أم الدول المتقدمة ، فكلاهما تستخدم الاذاعة بشكل مكثف في الداخل والخارج ، وإن أختلفت وتباينت درجات هذا الاستخدام .

غير أن هذه الصفة للاذاعة - وأعني بها كونها وسيلة إقتصادية - جعلتها من أكثر الوسائل التي تناسب ظروف الدول النامية ، ذلك أن هذه الدول تواجهها عقباتين أساسيتان هما : أنخفاض أو تردى الوضع الاقتصادى ، والامية المنتشرة بين الجماهير ، والراديو بمميزاته يتخطى هاتين العقبتين .

حيث أن الراديو يتخطى حاجزى الامية والفقر أما التليفزيون فعلى الرغم من أنه يتخطى حاجز الامية الا أنه سرعان ما يصطدم بعقبة الفقر ، أى أن التليفزيون رغم إنتشاره الكبير على المستوى العالمى ، إلا أنه أقل إنتشاراً من الراديو ، نظراً لاعتبارات متعددة منها الجانب الاقتصادى ، فجهاز استقبال

الراديو ارخص من جهاز استقبال التليفزيون بصفة عامة وتكاليف إقامة خدمة إذاعية (محطة راديو) أقل بكثير من إقامة خدمة تليفزيونية (محطة تليفزيونية) ، كما أن الانتاج الاذاعى أسهل وارخص من الانتاج التليفزيونى ، وغير ذلك من العوامل التى تجعل الأذاعة إقتصادية أكثر من التليفزيون وغيره من وسائل الاعلام والاتصال بالجماهير .

ولايمكن فصل الخصائص الاقتصادية للاذاعة كوسيلة إتصال عن الخصائص الاخرى . فالجمهور الواسع الذى من الممكن أن يصله الارسال تكاليف قليلة ، كما يضيف إمكانيات أو خصائص أخرى للراديو متمثلة فى جعله وسيلة إعلامية مقبولة لان ما يهم المعلن هو وصول الاعلان إلى قطاعات عريضة من الجماهير ، ووجود الاعلان فى حد ذاته يدعم إقتصاديات الراديو .

٣ - الجو النفسى المرتبط بالاذاعة كوسيلة اتصال :

إن الاذاعة وسيلة إتصال تضفى على الشخصيات وزنا كبيراً ، فى حين أن التليفزيون وسيلة إتصال ترفض الشخصيات

التى ترتفع درجة سخونتها أكثر من اللازم ، ويؤثر الراديو فى المستمع بشكل حميم لان علاقة الالفة بينهما - أى بين الراديو والمستمع - تفتح عالماً كاملاً من الاتصال الضمنى - انها علاقة بمثابة تجربة شخصية ذات طابع خاص ، تملك تحويل الفرد والمجتمع إلى حجرة واحدة تردد فيها الاصداء ، وبطريقة تجعل المستمع يعيش هذه التجربة معايشة واضحة ، أى أن قدرة الراديو على أجتواء المستمع بشكل عميق ، تجعل هذا المستمع يخلق لنفسه عالماً خاصاً وسط زحام الحياة ، وتكون الحالة الذهنية أو العقلية للاستماع فى هذه الحالة موجبة للمستمع أن الراديو يتحدث اليه فقط ، لان الراديو بطبيعته وسيلة اتصال ذاتية رغم أنه يخاطب الملايين فى وقت واحد ، ويؤكد مارشال ماكلوهان هذه النقطة بقوله : «يتوجه الراديو شخصياً إلى المستمع وبشكل حميم وخصوصى ، كما أن الراديو يعتبر إمتداداً لجهازنا العصبى المركزى ، أليس جديراً بإثارة تأملنا أن هذا الراديو يتناغم بشكل خاص مع أول إمتداد لجهازنا العصبى المركزى وهو اللغة العامية ؟ ان تزاوج هاتين التكنولوجيتين الاهم من كل

التكنولوجيات واقولها لابد أن يولد أشكالا جديدة وغريبة من الخبرات الانسانية .

٤ - الاذاعة وإثارة حاسة التخيل لدى المستمع :

عند الاستماع للراديو تعود كل الخصائص الايجابية التى سلبتها الصفحة المطبوعة من اللغة المنطوقة ، فإذا استمعنا مثلاً إلى مسرحية دون ان تشاهدها فى هذه الحالة يتم استغلال الحواس العقلية - أن جاز التعبير - لا أن نعتمد فقط على رؤية الحدث ، مما يولد نوعا من المشاركة الذهنية يقوى من فاعلية المضمون المقدم وبالتالى زيادة تأثيره ، وقد أثبتت بعض التجارب التى أجريت فى مجال الاعلام والاتصال بالجماهير هذه الحقيقة ، ففى تجربة قام بها العلماء فى مدينة تورنتو بكندا قدموا نفس المعلومات لأربع مجموعات عشوائية من الطلاب فى وقت واحد عن تركيب اللغة غير المكتوبة ، وتلقت إحدى المجموعات عن طريق الراديو والثانية عن طريق التليفزيون والثالثة على شكل محاضرة ، والرابعة قرأتها مطبوعة ، وبالنسبة للمجموعات الثلاث الاولى قام قارىء واحد بتلاوة المعلومات بطريقة جافة

دون استخدام السبورة ودون أن يكون من الممكن توجيه الأسئلة الخاصة . ولم تتح لكل وسيلة أن تستخدم إمكانياتها الذاتية ، وتم وضع إمتحان موحد لكل المجموعات بعد نصف ساعة يكون أثناءها قد أخذ علماً بالموضوع ... وكانت النتيجة أن تفوقت مجموعتا الراديو والتليفزيون على المجموعتين الأخريين ، لكن عندما أعيدت التجربة مرة أخرى وأعطيت فيها الفرصة لكل وسيلة أن تستخدم إمكانياتها الذاتية كانت النتيجة أن تفوق الراديو علي كل الوسائل حيث حصلت المجموعة التى تلقت المعلومات بالراديو على أعلى نسبة من الدرجات . وتفسر نتائج هذه التجربة بأن الراديو يعطي فرصة كبيرة للمشاركة ، أى مشاركة خيال المستمع فى تجسيم الواقع المقدم فى صورة مضمون وذلك إعتماداً على إثارة حاسة الخيال لدى هذا المستمع ، وإذا كان البعض يرى أن إعتماد الاذاعة على حاسة واحدة هى حاسة السمع يعتبر نوعاً من النقص أو القصور فإن هذا ليس صحيحاً إلا من الناحية الشكلية فقط . ومصدر هذه الصحة الشكلية أن مستمع الراديو محروم بالفعل من سحر الصورة التليفزيونية ومن ديكور السينما ، ومن إضاءة المسرح ... وهكذا .

غير أنه من الناحية العملية والموضوعية نجد أن الراديو يعوض هذا القصور الشكلى بالاعتماد على ملكة خاصة وغير محدودة هى ملكة الخيال عند المستمع . وهنا يمكن إمتياز الراديو لاقصوره ، لأن الصورة تجد كل شىء أمام المتفرج وتحدده ، بينما نجد الراديو مسرحه فى ذهن المستمع ويتركه ليتخيل المكان والاشخاص والظروف التى تميز كل منهما مما جعل هذا المستمع أكثر تأثراً بما يقال وأكثر إستيعاباً له ، الأمر الذى يفضى إلى القول بأن خيال المستمع يمثل إمكانية هائلة فى يد الراديو تسهل من مهمته وتزيد من إحتمالات فاعليته .

هذه النقطة ترتبط بنقطة اخرى هى القوة الايجابية للاذاعة ذلك أن عنصر التعبير عن الشخصية متوافر فى الصوت الاذاعى النابض بالحياة ، ونظراً لطبيعة جهود الاذاعة يتفاوت من حيث مدي التأثير فيه فإنه يعد من أصلح وسائل الاتصال الجماهيرى وأقدرها على الإستهواء والايحاء خاصة بين الجماهير التى تسودها خصائص معينة ويعلل دوب "Leonard Doob" سر القوة الايحائية للاذاعة بسرعتها الفائقة وبالتالى السرعة فى النشر ،

الأمر الذى يجعل المضمون الاذاعى يكتسب ميزة السبق ، سواء كان ذلك فى الخبر أم فى الرأى ، وبالتالى يكتسب هذا المضمون صفة إحداث الأثر الأول ، وهذا الأثر بطبيعته لا يمحى بسهولة ، كما تصعب معارضته ، بمعنى أكثر تحديداً تكون إحتمالات قوته ورسوخه فى ذهن المستمع هى إحتمالات قوية ، وقد أسهمت الدراسات السوسيولوجية بقدر وافر من الأبحاث والدراسات التى تناولت هذه النقطة والتى أصبحت تمثل أساساً قوياً فى المجالات السياسية عموماً والرأى العام على وجه الخصوص .

٥ - الصورة الذهنية للاذاعة لدى الجماهير :

ان مصداقية الوسيلة - تتوقف على الصورة الذهنية لها لدى الجماهير . وتتحدد الصورة الذهنية لوسيلة إتصالية معينة فى أراء الجماهير واتجاهاتها نحو هذه الوسيلة أو تلك ، وتتشكل هذه الصورة من حصيلة عوامل وعناصر متعددة داخلية وخارجية مرتبطة بالواقع الذى تعيشه هذه الجماهير .

وكلما كانت أراء الجماهير واتجاهاتها نحو الوسيلة ذات صفة ايجابية أو طابع إيجابى ، أصبحت هذه الوسيلة تتمتع بصورة ذهنية إيجابية والعكس صحيح .

وفى هذا الخصوص أثبتت الدراسات والبحوث أن الاذاعة تحظى بمكانة عالية من الثقة والاهتمام فى نفوس الجماهير ، ويزداد هذا الأمر وضوحاً فى الدول النامية مما يزيد من قابلية الاذاعة للتصديق "Credibility" من جانب المستقبلين ، ففى هذه الحالة تصبح الاذاعة مصدراً موثوقاً فيه ، ولعل من الأمور المعروفة ما أثبتته بحوث الاتصال ودراسات الاتصال من أن المصدر الثقة يؤثر بدرجة كبيرة فى فاعلية الرسالة الاعلامية على النحو المطلوب وإذا قارنا الاذاعة بالصحافة مثلاً فيما يتعلق بالقابلية للتصديق ، نجد أنها – أى الاذاعة – تتصدر مكاناً مرموقاً فى الدول النامية بالذات حيث تقل الثقافة وتنتشر الأمية ، وقد أجرى روبر "Roper" دراسة علمية حول اتجاهات الجمهور نحو وسائل الاتصال ، وكشفت هذه الدراسة أن الصحف من أقل الوسائل الاعلامية قابلية للتصديق .

اننا فى الدول – مثلاً – نسمع عبارة "كلام جرائد" تعليقاً على بعض ما ينشر فى الصحافة من معلومات قد لا تكون دقيقة وكأنما ينتظر منها القارىء بعض الاجتهادات التى قد تصيب أحياناً وتخطىء أحياناً أخرى ، ولكننا فى حالة الراديو نسمع من العامة عبارة "لقد قالتها الاذاعة" ، أى لابد أن تكون صادقة وصحيحة ، وليست هناك دراسة قطعية بالأسباب التى رسخت فى وجدان الجماهير وعقلها ، هذه الثقة – فيما تقوله الاذاعة – قد يكون من الأسباب اعتبار الاذاعة لسان الدولة والناطقة باسمها . ومن هنا ترتبط مكانتها بهيبة الدولة ذاتها خاصة وأن الاذاعة من أشد وسائل الاتصال ارتباطاً بالدولة وخصوصاً لسيطرتها ، أما الصحيفة فقد تكون مجالاً للرأى الخاص سواء كان هذا الرأى يعبر عن لون سياسى معين أم كاتب معين ثم تبادر الصحيفة إلى القول بأن هذا الرأى هو رأى الجريدة ، وهذا من شأنه أن يولد فى أذهان الجماهير نوعاً من قلة أو انخفاض قابلية الجريدة للتصديق .

٦ – الخصائص الحسية للاذاعة :

نظراً لأن الاذاعة وسيلة على الصوت (وسيلة مسموعة) فإنها تتخطى بذلك حاجز الأمية وهى تصل إلى القارىء وغير القارىء على السواء أى أنها إلى جمهور عريض بكل مستوياته وأذواقه وخصائصه المختلفة ، عكس الصحافة والكتاب والسينما والمسرح التى لكل منها جمهوره الخاص .

كما يمتاز الراديو بسهولة التعرض له دون أن يتكلف المستمع إرتداء ملابسه والخروج إلى مكان الترفيه أو التثقيف مثلما هو الحال فى السينما أو المسرح أو الجلوس مشدوداً مثلما هو الحال فى التليفزيون . أو القراءة وتقليب الصفحات مثلما هو الحال فى الصحيفة أو الكتاب ، هذا بالاضافة إلى امكانية الإستماع للراديو فى كل مكان : فى المنزل ، فى السيارة ، فى النادى ، قبل النوم وأثناء العمل ، فربة البيت ، مثلاً يمكنها القيام بأعمال يدوية وهى تنصت للاذاعة ، وكذلك أصحاب الهوايات اليدوية وما اليها يمكنهم ممارسة هواياتهم أثناء الاستماع إلى الاذاعة ، وقد أبرز الراديو – الترانزستور – الذى يمتاز بسهولة حمله والتنقل به من

مكان إلى أخر ، هذه الميزة التى تتفوق بها الاذاعة على التليفزيون إذ أن التليفزيون يتطلب تفرغاً تاماً أثناء المشاهدة ، فهو إذاً لايناسب إلا الاوقات التى ليس فيها مشاغل .

ومن هذا العرض للخصائص الحسية للراديو كوسيلة اتصال جماهيرية يتضح مدى تميزه فى جوانب معينة عن الوسائل الاخرى ، الذى أكسب الراديو جمهوراً عريضاً على مستويات مختلفة ، سواء كان هذا الجمهور داخل الدولة أم خارجها ، غير أنه إستكمالاً للموضوع - سنورد هنا أهم الجوانب السلبية الخاصة بالاذاعة كوسيلة إتصال جماهيرية وإن كان الواضح من العرض السابق أن الاذاعة تتمتع بإمكانيات ومميزات كثيرة كوسيلة إتصال .

وتتحدد الجوانب السلبية فى الآتى :

__أولاً :__ أن الجمهور لايمكنه التحكم فى وقت التعرض للاذاعة فالجمهور مقيد دائماً بموعد الاذاعة المحدد الذى لايمكنه تغييره بحيث إذا فاته برنامج معين لم يسمعه فى موعده

لايتمكن من سماع هذا البرنامج مرة أخـرى ، وهذا عكس الامر في الصحيفة أو الكتاب مثلاً حيث يمكن للقارئ أن يحتفظ به ويقرأه وقتما يشاء ، كما أن الجمهور في حالة الاستماع للاذاعة لايمكنه أن يطلب من القائم بالاتصال أن يعيد ما قدمه مرة أخرى أو يقرأ بسرعة معينة .

__ثانياً :__ أن الاذاعة – كوسيلة إتصال جماهيرية – تخضع للتشويش والعوامل الانتقائية وتفتقر إلى رجع الصدى الفوري .

__ثالثاً :__ هناك رأى يقول أن الاذاعة من الممكن أن تؤدى إلى الطابعية أو الكونفورمزم ، أى دمغ جميع الناس بطابع واحد ، وتصب أرواحهم وعقولهم في قالب واحد مما يقضي على الاصالة الفردية وحرية الرأى والاختيار حتى لكأنه يصبغ بصائر الناس ويسيطر على تفكيرهم ويعمل على نشر روح القطيع . غير أن هذا الرأى مبالغ فيه بدرجة كبيرة لان الاذاعة ليست هى المؤثر الوحيد في المجتمع ، بل أنها ضمن مؤثرات عديدة ،

الفصل الثانى

الإذاعات الإقليمية فى مصر

- النشأة والتطور .
- الأهداف .
- نوعية البرامج التى تقدمها كل إذاعة إقليمية .

نشأة وتطور الاذاعات الاقليمية فى مصـــر

مدخـــل :

عرفت مصر الاذاعات الاقليمية عند إنشاء إذاعة الإسكندرية المحلـية فى عام ١٩٥٤ ، وعاد الاهتمام بها مع أول ابريل عام ١٩٨١ حيث مولد اذاعة العاصمة القاهرة الكبـــرى . ففى ١٤ يوليو عام ١٩٥٤ صدر القرار الوزارى رقم ٧١ لسنة ١٩٥٤ بانشاء اذاعة الاسكندرية على أن يكون الهدف الرئيسى من انشائها هو توسيع قاعدة الحكم الديمقراطى وتقديـــم كل ماهو محلى فى محاولـة لتعريف أهالى الاسكندريـة بمدينتهم تاريخيا وثقافيا وأدبيا .

وفى عام ١٩٧٧ عقد المؤتمر العام للثقافـة والاعلام فى مصر وتم تشكيل لجنة خاصـة لدراسـة الاذاعات الصوتية واعادة توزيع البرامج على القنوات الاذاعية وفقا لأهـــداف كل قناة اذاعية . وقد برزت من خلال الدراسات التى قامت بها تلك اللجنة فكرة نشر مـــا أطلقت عليه فى ذلك الوقت الاذاعات الاقليمية على مستوى أقاليم الدولـة .

الا إنه مع بداية عام ١٩٨٠ عادت فكرة انشاء الاذاعات الاقليمية تقفز مرة أخـــرى الى اهتمامات المسئولين عن العمل الاذاعى فى مصر . حيث فرضت هذه الفكره نفسها على اتجاه عمل مجلس أمناء الاتحاد الاذاعة والتليفزيون المصرى وفرض المشروع على جـــدول أعمال عدد من جلسات المجلس واتسم النقاش حول أمكانيات تنفيذه عمليا بالرؤيه الموضوعيه التى تتيح لهذا المشروع ان يأخذ طريقـة أخيرا إلى دائرة الاضواء بكل مايحمله من أبعـاد متسعة الاثر على تنمية الاعلام الاذاعى فى مصر ومايترتب عليه من فعالية المشاركة فـــى انجاح عمليـة التنمية وخططها المختلفة

وفى عام ١٩٨٠ واكب اهتمام مجلس أمناء اتحاد الاذاعة والتليفزيون المصرى مبـادرة

على نفس المستوى من جانب الامانة العامة لاتحاد اذاعات الدول العربية بالقاهرة فقد أدرجت بين مشروعاتها لهذا العام عقد ندوة في القاهرة حول أهمية الاذاعات الاقليمية والمحلية في النهوض بخطط التنمية الشاملة في مصر في الفترة من ٣٠ / ٦ ـ ٣/٧/٨٠ وقد أسفرت هذه الندوة عن مجموعة من التوصيات في هذا المجال من أهمها :

- أن الاذاعة الاقليمية هي بالدرجة الاولى اذاعة خدمات وأن عناصر الترفية عن طريقها تتحلل هذه الخدمات دون اغفال لعناصر الترويح والاقناع الفني الملائم للبيئة المحلية .
- ان الخدمات الاعلامية التي تقوم بها الاذاعة الاقليمية ينبغي ان تعتمد على احتياجات ورغبات المواطنين في البيئة المحلية داخل الاطار القومي
- ان الاذاعة المحلية لكي تحقق أهدافها ينبغي ان يكون التخطيط لها تخطيطا لقيام كائن اعلامي يعتمد في تكوينه على الخصائص الذاتية للبيئة التي تقام فيها كل اذاعة محلية اكثر من اعتمادها على الاعتبارات الجغرافية .
- ان يكون مفهوما أن الاذاعات المحلية تخدم مجتمعا متناسقا له خصائصه البيئية التي تختلف عن الاذاعات الاقليمية المرتبطة بالاقليم الذي يضم مجتمعات محلية متنوعة .

وبعد ذلك لم يمض عام واحد بعد انتهاء هذه الندوة حتى كان انشاء اذاعة القاهرة الكبرى عام ١٩٨١ لتخدم محافظات القاهرة ، والجيزة والقليوبية (اقليم القاهرة الكبرى) ثم تم تأكيد هذه التجربة مع مولد اذاعة وسط الدلتا في ٢٢ يوليو ١٩٨٢ في مدينة طنطا لتخدم اقليم وسط الدلتا بمحافظاته الخمس (الغربية ، المنوفية ، كفر الشيخ ، دمياط) ثم انشاء اذاعة شمال الصعيد في المنيا في ١٣ مايو ١٩٨٣ من أجل خدمة محافظات (المنيا ، اسيوط ، بني سويف ، الفيوم) ثم اذاعة شمال سيناء في ٢٥ أبريل ١٩٨٤ مقرها مدينة العريش لتخدم محافظة شمال سيناء ثم اذاعة جنوب سيناء في ٢٣/٤/١٩٨٥ في مدينة الطور لخدمة محافظة جنوب

سيناء . ثم تم إنشاء اذاعة القناة بالاسماعيلية فى اكتوبر ١٩٨٨ بمدينة الاسماعيلية لخدمة محافظات (الاسماعيلية ، بورسعيد ، السويس) ثم إنشاء اذاعة مرسى مطروح فى ١٩٩٠/٦/٣١ لخدمة محافظة مرسى مطروح ، ثم إنشاء اذاعة الوادى الجديد فى ١٩٩١/٥/٣٠ لخدمة محافظة الوادى الجديد . ويجرى حاليا البث التجريبى لاذاعة البحر الاحمر .

مفهوم الاذاعة الاقليمية :

ينبغى لنا فى هذا البحث أن نتعرف على مفهوم الاذاعات الاقليمية حيث اننا نجد خلطا لدى الكثيرين بين مفهوم الاذاعة المحلية ومفهوم الاذاعة الاقليمية وقد أدى هذا الخلط الى الخطأ فى أسماء ما أنشىء حديثا من اذاعات أقليمية فى مصر ووصفها بأنها اذاعات محلية . والشبكة الاذاعية التى تتبعها تلك الاذاعات الاقليمية بأنها شبكة الاذاعات المحلية .

إن الاذاعة الاقليمية اذاعة تخاطب جماهير مجتمعات تعيش داخل اقليم محدد طبقا للتقسيم الادارى للدولة ، فقد يفصل بين هذا الاقليم والاقاليم الاخرى حاجزا أو اكثر من حواجز اللغة والدين او الحواجز العرقية مثل الجنس واللون والحواجز الجغرافية كأن تفصل بين الاقليم والاخر سلسلة من الجبال أو الانهار والبحيرات مما يجعل كل اقليم مستقلا . وبالنسبة لإذاعة القناة فى عرفهى اذاعة أقليمية تخدم أقليم القناة الذى يشمل محافظات الاسماعيلية ، والسويس ، وبورسعيد والجزء الشمالى أو النصف المجاور من محافظة الشرقية .

والاذاعة الاقليمية غالبا ماتبث برامجها من عاصمة الأقليم وتقدم برامج وخدمات تهم أبناء الاقليم وبلغته أو لهجة أبنائه كما يغطى إرسالها الاقليم بأسره .

وفى نفس الوقت نجد بالضروره فى كل أقليم مجتمعات محليه متناسقة تجمعها المصالح الاستيطانية ويمكن أن تنشأ بها اذاعات محلية صغيرة .

وأذا انتقلنا الى مفهوم الاذاعة المحلية طبقا لمفهوم المجتمع المحلي · حيث يمكـــن تعريف المجتمع المحلى بأنه " جماعة من الناس تعيش في منطقة جغرافية متجاورة نشـأت بينهم علاقات اجتماعية وثقافية معينة أدت الى وجود مجموعة من المؤسسات والمنظمات الاجتماعية والى وجود أهداف مشتركة · وعن طريق تعاون الافراد والجماعات يستطيعون توفير الخدمات التي تشبع احتياجاتهم الاقتصادية والاجتماعية والنفسية اللازمة لرفاهيتهم وتشعرهم بالانتماء والولاء للمنطقة التي يعيشون فيها " ·

فانه طبقا لهذا المفهوم فاننا نجد ان الاذاعة المحلية جهاز اعلامي يخدم مجتمعـا محليا بمعنى أن الاذاعة المحلية تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العـــدد فوق أرض محدودة المساحة ، تخاطب مجتمعا متناسقا من الناحية الاقتصادية والناحيـة الثقافية والناحية الاجتماعية بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة بالرغم من وجـــود الفروق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد ،فهي تتفاعل مع هـــذا المجتمع ، تأخذ منه وتعطيه وتقدم له الخدمات المختلفة ، فالجمهور المستهدف لكـــل اذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلى كأن يكونوا سكان قرية واحدة أو مجموعـــة قرى متقاربة ومتجانسة أو مدينة صغيرة أو مدن صغيرة متقاربة متجانسة ·

هذا ولقد وضعت عدة تعريفات لمعنى الاذاعة المحلية لعل أبرزها واكثرها تعبيـــرا عن هذا المعنى هو تعريف الاستاذ / سعد لبيب والذى يرى فيه " أن الاذاعه المحليـة هي التى تخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من الناحيتين الاجتماعية والطبيعية ، لـــه خصائص بيئية وثقافية واقتصاديه واجتماعيه متشابهه ومتميزة ، تجمع بين أفراده وحـــدة فكرية وثقافية وتراثية خاصـة ، وتكون هذه الاذاعة هي مجالهم الطبيعي للتعبير عـــن مصالحهم وتعكس فنونهم وتراثهم أفكارهم بل وحتى لهجتهم المحلية ، وتلبى احتياجاتهـم الخاصة والمميزة ، وتقدم الاخبار التي تهمهم وتناقش معهم المشكلات التي تمس صميـم حياتهم اليومية ، وتقدم لهم الوان الفنون التي يرتاحون لها اكثر من غيرها " (٣) ·

ويمكن لنا القول أن هناك بعض من الكتاب والباحثين قد اجهدوا أنفسهم في التفرقة بين الاذاعة المحلية ، والاذاعة الاقليمية ، وجعلوا من هذه التفرقة مجالا للكتابة ومثارا للجدل والخلاف ، الا أن منطلق هذه التفرقة هو منطلق جغرافي بحت لايهمنا الخوض فيه ، بل أن مايهمنا هو محتوى وهدف الاذاعة المحلية أو الاقليمية في كونها تخاطب بيئة متجانسة تجمع بين أفرادها سمات وخصائص متشابهة تخدمهم من خلال نوعية خاصة من البرامج ذات الصبغة المحلية في إطار يميزها عن الاذاعة المركزية ٠

مبررات قيام الاذاعات الاقليمية في مصر :

إن الاذاعة الاقليمية تلبي الحاجات التي لاتستطيع الاذاعة المركزية أن تلبيها بالنسبة للمجتمع المحلي ٠ وأن كل اذاعة اقليمية وان كان واجبها عموما هو الاعلام والتثقيف والترويح ٠ فان عليها التزاما خاصا يربطها بنوعية الحياة في مجتمعها الاقليمي والمحلي وفي وسعها ان تقدم للناس المعلومات والاخبار عما يحدث في مجتمعهم المحلي ٠ وأن تتيح للافراد والجماعات الفرصة للاتصال بالمجتمع الذي ينتمون اليه وتستطيع توثيق روابط هذا المجتمع المحلي وتغذيه صفاته ٠ وتستجيب بصورة لاتقدر عليها الاذاعة المركزية لحاجات الافراد والجماعات ورغباتهم في اطار المجتمع الذي تخدمه ٠

وهكذا فقد جاء إنشاء الاذاعات الاقليمية والمحلية نتيجة للاخذ باسلوب اللامركزية في تنمية المجتمعات المختلفة ولقد تعددت المبررات التي دفعت مصر لانشاء مثل هذه الاذاعات ويمكننا أن نجمل أهم هذه المبررات فيمايلي :

التنمية المحلية إحدى ركائز التنمية القومية الشاملة : حيث صدر قرار رئيس الجمهورية رقم ٤٩٥ لسنة ١٩٧٣ بتقسيم الجمهورية الى ثمانية اقاليم اقتصادية وهي :

١ ـ اقليم القاهرة ، وعاصمته القاهرة ، ويشمل محافظات القاهرة ، الجيزة ، والقليوبية

٢ ـ أقليم الاسكندرية ، وعاصمته الاسكندرية ، ويشمل محافظات الاسكندرية ، البحيرة ، منطقة النوبارية ٠

٣ - اقليم الدلتا ، وعاصمته طنطا ويشمل محافظات المنوفية ، الغربية ، دمياط - كفر الشيخ .

٤ - اقليم قناة السويس ، عاصمته الاسماعيلية ويشمل محافظات سيناء بورسعيد ، الاسماعيلية السويس ، الشرقية الجزء الشمالى ، محافظة البحر الاحمر حتى نهاية خليج السويس .

٥ - اقليم شمال الصعيد ، وعاصمته المنيا ويشمل محافظات بنى سويف ، الفيوم ، المنيا ، وجزء من شمال محافظة البحر الاحمر .

٧ - اقليم اسيوط ، وعاصمته اسيوط ، ويشمل محافظات اسيوط ، والوادى الجديد

٨ - اقليم جنوب الصعيد ، وعاصمته أسوان ويشمل محافظات سوهاج ، وقنا ، وأسوان والجزء الجنوبى من محافظة البحر الاحمر .

ولذلك فقد تضمنت خطة وزارة الاعلام إفتتاح مجموعة من الاذاعات الاقليمية لخدمة الأقاليم المختلفة داخل الجمهورية وهذه الخطة حضارية طموحة تعطى لمصر ريادتها فى مجال الاعلام الاذاعى اللا مركزى وتؤكد عراقتها وثقلها فى المنطقة العربية والافريقية التى هى بمثابة القلب النابض لها .

ويؤكد الدكتور سعد الدين الحنفى أن الإذاعات الاقليمية والمحلية ضرورة لانجاح عملية التنمية الاقليمية والمحليه . تمنيا مع انشاء الاقاليم التخطيطية الثمانية وللسير فى نفس الطريق الذى يسلكه التخطيط الاقليمى فى أداء رسالته ، ولتحقيق الاغراض التى إقتضت تقسيم مصر الى اقاليم تخطيطية ، يتضمن التفكير فى إنشاء اذاعات اقليمية ومحلية لتغطى هذه الاقاليم .

إن إنشاء إذاعات محلية لخدمة الاقليم ، المقصود به قيام خدمة اذاعية شاملة تغطى منطقة معينة هدفها أن تكون هذه الاذاعة صورة للتلاحم بين افراد المجتمع الواحد داخل المنطقة الجغرافية الواحدة . وهذا التلاحم يتم بأن تكون محطات الاذاعة المحلية المرآة التى تعكس كل متطلبات الفئات من مختلف طبقات الشعب وكذا كل مايمكن أن يحقق رغباتهم ويرفع المعاناة عنهم والتعرف على مشاركتهم فى عمليات التنمية .

إن الاذاعة المحلية تستطيع ان تخلق وعيا لسكان الاقلم لكى يتابعون بانفسهم مشروعات الخطة فى مراحل تنفيذها وأبداء الرأى البناء فيها ، لأن الاذاعة المحلية بتقديمها لواقع الاحداث والجريات فى الاقليم تستطيع ان تستوعب الشمول الكامل لكل عمليات التنمية والاحداث فى نطاق الاقاليم والمحليات، فانشاء كوبرى أو رصف طريق فى محافظة ما فرصة لشد انتباه سكان هذا الاقليم عن طريق الاذاعة المحلية لتوعية الجماهير بتفاصيل خطة التنمية ودعوة للمشاركة لتقريب وجهات النظر ، وخلق وحدة فى التفكير وفى الوسائل وفى الاهداف

- الاخذ بالاسلوب المحلى فى الادارة والحكم :

حيث بعد اعلان قيام الادارة المحلية فى مصر بسلطاتها الكاملة بميزانيتها المستقلة أصبحت فى حاجة ملحة لتمام مفهومها بواجباتها الايجابية لاسهامها فى انجاح خطة التنمية على المستوى المحلى . باعتبارها جزء لا يتجزء عن التنمية القومية . فهناك اذن حاجة الى وسيلة اتصال توثق العلاقة بين الادارة المحلية وبين الانسان فى المجتمع المحلى لرفع كفاءته وتنمية قدراته وتثقيفه وتعليمه . ووسيلة الاتصال المثلى هنا هى الاذاعة المحلية الأقدر على بلوغ أهداف الادارة المحلية .

أذن فليس غريبا أن تكون الاذاعات الاقليمية والمحلية ضرورة ملحة لجمهورية مصر العربية تمشيا مع أهداف وفلسفة التخطيط الاقليمى والتنمية المحلية والنظام المحلى المتبع فى الادارة والحكم . حتى تشارك هذه الاذاعات فى إدماج الفرد فى الهيئة الاجتماعية وتحقيق نوعا من الحوار بين المواطن والعالم المحيط به .

فهى فعل من أفعال المشاركة لانها تربط المواطن بالبيئة . والمهم هو البحث عن كيفية الاستفادة من هذه الوسيلة فى توسيع مشاركة الجماهير فى بناء مصر بحيث تكون هذه الاذاعات نقطة ربط بين التنمية المحلية والتنمية القومية الشاملة .

وجود درجة من الاختلاف بين مناطق الجمهورية من حيث نمط الحياة والموارد الاقتصادية من ريفية زراعية وحضرية صناعية وبدوية صحراوية :

على الرغم من التجانس الذى يسود مناطق الجمهورية . أى أن هناك تدرا من التنوع والاختلاف . الا أنه فى اطار ثقافة واحده . هذا التنوع وهذه الدرجة من الاختلاف تبرر الحاجة الى قيام ووجود الاذاعات الاقليمية فى هذه المناطق .

ان الاذاعة تتمتع بمكانة كبيرة الاهمية فى الدول النامية غيرأن هذه الاهمية تتعاظم عندما تتخذ الاذاعة الطابع المحلى للاسباب الاتية :

- أن الاذاعة المحلية والاقليمية أقدر واكفأ على فهم ثقافة المجتمع المحلى وتقدير الموقف المحلى بدقة وهذا عامل حاسم فى درجة كفاءة ونجاح رسالة الاعلام التنموى. اذ أن حسن فهم ثقافة وظروف المجتمع المستهدف ومشكلاته من أهم أسباب نجاح الرسالة الاعلامية ولذا فهى تعتبر من اهم دعائم التخطيط الاذاعى - وترجع قدرة الاذاعة المحلية على ذلك بسبب كونها تتعامل مع مجتمع صغير ومحدود .
- الاذاعة الاقليمية لديها فرصة اكبر من حيث مشاركة الجمهور فى المجتمع المحلى وتكثيف الخدمة الاذاعية لانها تخدم مجتمعا واحدا فقط عكس الاذاعة المركزية التى تخدم العديد من المجتمعات المحلية والاقليمية ومطالبة بتغطية العديد من الاحتياجات .

ونتيجة لانعقاد ندوة الاذاعات المحلية والتنمية الشاملة فى عام ١٩٨٠ والتى كان من توصياتها إنشاء ثلاث إذاعات اقليمية . القاهرة الكبرى ، وسط الدلتا ، شمال الصعيد .

وحيث أثبتت هذه الندوة أن الاذاعات الاقليمية حقيقة واقعة وتجربة أثبتت نجاحها فى الدول المتقدمة ، من هذا المنطلق سلكت مصر هذه التجربة وفقا للاسلوب العلمى وبما هو متلائم مع أهداف التنمية الشاملة . وبدأت مصر فى إنشاء الإذاعات الاقليمية الواحدة تلو الاخرى لخدمة أغراض تنمية المجتمع المحلى .

وهكذا يمكن القول أن الاذاعات المحلية والاقليمية فى مصر حتى وقت اعداد هذه الرسالة بلغت تسع اذاعات فقط وهى :

١ ـ اذاعة الاسكندرية المحلية .
٢ ـ اذاعة القاهرة الكبرى .
٣ ـ اذاعة وسط الدلتا .
٤ ـ اذاعة شمال الصعيد .
٥ ـ اذاعة شمال سيناء .
٦ ـ اذاعة جنوب سيناء .
٧ ـ اذاعة القناه .
٨ ـ اذاعة مرسى مطروح .
٩ ـ اذاعة الوادى الجديد .

هذا ويمكننا أن نتناول الحديث عن هذه الاذاعات وذلك على النحو التالى :

١ ـ اذاعة الاسكندرية المحلية : نشأتها وتطورها .

تعتبر اذاعة الاسكندرية المحلية باكورة مشروعات الاذاعات المحلية فى مصر حيث بدأ ارسالها فى ٢٦ يوليو عام ١٩٥٤ فى الاحتفال بالعيد الثانى للثورة وكانت بذلك نواه لمشروع تعميم الاذاعة المحلية فى مختلف محافظات الجمهورية بهدف دعم الحكم المحلى وعرض الانشطة والانجازات بمحافظة الاسكندرية ومطروح والبحيرة وافساح المجال لعناصر الابداع الفنى والثقافى بهذا الاقليم

واذاعة الاسكندرية اذاعة محلية لذلك فهى تهتم فى المقام الاول بخدمة البيئة السكندرية بما يتفق وظروف التنمية التى تمر بها البلاد . كما انها تحرص على أن تكون واجهة صادقة للمنجزات والمشروعات الخدمية التى تقوم بها الأجهزة التنفيذية من أجل خدمة الجماهير ويشتغل هذا الجانب لدعوة الجماهير وحثهم بطريقة غير مباشرة على تبادل هذا العطاء باداء ما عليهم من واجبات بالالتزام والانضباط فى شتى نواحى

السلوك العام .

فكان انشاء هذه الاذاعة اذن هو التبشير للحكم المحلى الذى يبشر بدوره بانشاء الاذاعات الاقليمية فى مختلف انحاء الجمهورية تحقيقا للهدف الاصلى فى خطة التنمية والتثقيف والترفيه والخدمات من اجل التوعية الشاملة ، وقد مرت اذاعة الاسكندرية للمحلية منذ انشائها وحتى الان ثلاث مراحل :

١ ـ المرحلة الاولى : ٢٦ يوليو الى آخر سبتمبر ١٩٥٤ :

اتسمت هذه المرحلة فى اذاعة الاسكندرية المحلية بضعف عدد ساعات ارسالها حيث كانت تبث ساعة واحده فقط باللغة العربية يوميا الى جانب ½ ساعة لكل من اللغات اليونانية والايطالية بهدف خدمة الجاليات الاجنبية وكانت الاسكندرية فى ذلك الوقت تعانى من انكماش الحركة الادبية والفنية ، وفى أواخر سبتمبر عام ١٩٥٤ أعلن المسئولون فى القاهرة توسيع البرامج الأوربية بالقاهرة وتوقف الارسال الاوربى من اذاعة الاسكندرية وأصبحت الاذاعة من أول اكتوبر ١٩٥٢ خالصة للبرنامج المحلى العربى ، وفى هذه المرحلة فكر المسئولون فى الغاء اذاعة الاسكندرية نظرا لأن قوة الارسال لاتتعدى نصف كيلو وات وهى قوة ضعيفة لاتقوى على أيصال مواد البرامج الى سماع الناس ولكن سرعان ماتم تقوية الارسال واستمرت فى بث ارسالها .

وقد استطاعت اذاعة الاسكندرية خلال هذه الفترة ان تقدم العديد من البرامج منها الاسكندرية تغنى ، حصة بوليسية مسلسلة ، ست البيت ، محتلد بالدنيا ، عروس البحر ، هذا بالاضافة الى تقديمها للجاليات الأجنبية برنامج أوربى يذاع يوميا بانتظام لمدة نصف ساعة .

٢ ـ المرحلة الثانية : من أول اكتوبر وحتى أول نوفمبر ١٩٥٦ :

اتسمت هذه المرحلة بالخصوبة والنشاط وأصبح أثر الاذاعة الاقليمية ظاهر بوضوح فى تغطية المدينة من الناحية الاذاعية وظهرت أنواع اذاعية جديدة

تمشيا مع الروح والذوق السكندرى . وكانت هذه المرحلة مع بداية جعـــل اذاعة الاسكندرية خالصة للبرنامج العربى المحلى . وأصبح عدد ساعات ارسالها ٣ ساعات يوميا وتعددت البرامج وتنوعت وزاد عددها لتغطى كافة المجـــالات اعتمادا على أبناء الاسكندرية .

ولقد لعبت اذاعة الاسكندرية المحلية فى هذه المرحلة دورا كبيــرا أبان العدوان الثلاثى على مصر ١٩٥٦ حيث تعرضت محطات ارسال اذاعـــة القاهرة فى منطقة ابى زعبل للقصف وكانت الاذاعة المصرية مهددة بالتوقـــف وهنا قدمت اذاعة الاسكندرية امكاناتها الهندسية لاذاعة القاهرة التى واصلت ارسالها فى حين توقفت اذاعة الاسكندرية المحلية دون نداء تعمل فى صمت فــى تسجيل برامجها كما لو كانت الاذاعة تعمل على الهواء حتى انقشعت سحب الظـــلام وعادت الأمور الى طبيعتها .

ومن أهم البرامج التى أنتجت فى هذه المرحلة : أسكندرية فى التاريـــخ شباب الجامعة شخصية الاسبوع، أبطال الاسكندرية ، حبيدو ، الاذاعة فـــى خدمتك ، جنة الاطفال ، قصة الاسبوع ، من الغناء القديم ، التعليـــــق الرياضى ، ركن الهواه .

هذا بالاضافة الى ظهور التمثيلية الاذاعية المسلسلة قبل ظهورهـــا بالقاهرة ، وفى هذه المرحلة ظهر المؤلف والممثل السكندرى ، وعدد كبير مـــن المطربين والمطربات .

واثناء توقف الاذاعة بسبب العدوان وارسال الاجهزة الى القاهرة ، قـــام القائمون بالعمل فى الاذاعة بأصدار نشرة يومية مكتوبة بالتعاون مع أساتذة الجامعات مكونه من ثمانى صفحات بأسم صوت الاسكندرية المكتوب وكانت توزع بالمدينة .

٣ - المرحلة الثالثة :

حيث عادت اذاعة الاسكندرية الى استئناف ارسالها ونشاطها فى ٦ يونيو ١٩٥٧ فى مبنى جديد هى الاذاعة المحلية فى باكوس فى حى شرق الاسكندرية ويبلغ مساحة هذا المبنى حوالى ١٤٠٠ متر واستغرق إنشائه اقل من عام ونصف ويتكون هذا المبنى من المبانى الرئيسية الاتية .

١ - المبنى الرئيسى للأستوديوهات. ومكاتب أقسام التشغيل والادارة .
٢ - مبنى محطة الارسال المحلى وتوابعها .
٣ - مبنى استراحة المشرفين على الدار وجراج الاذاعة الخارجية والمعمل .
٤ - هوائيات الارسال .

هذا علاوة على مساحات الارض اللازمة للتوسع مستقبلا . وقد استلمت الاذاعة هذا الموقع من ادارة الاموال المصادرة - وهو جزء من القصر المصادر للامير السابق طوسون - وماعليه من منشآت ومبانى . وقامت الهندسة الاذاعية المصرية بعمل التعديلات والدراسات اللازمة لاتمام مشروع دار الاذاعة الجديدة بالاسكندرية .

وتحتوى اذاعة الاسكندرية الاقليمية على ٦ أستوديوهات للانتاج والاذاعة جميعها تقع فى الطابق الارضى . وهذه الاستوديوهات وحدودها الفنية كالاتى :

أستوديو رقم (١) : وهو اكبر الاستوديوهات بالاذاعة يبلغ حجمه ٢٠٠٠٠ قدم مكعب وزمن الرنين به ٠,٧٥ ثانية . وهذا الاستوديو مخصص لتسجيل المواد الموسيقية والغنائية . وكذلك لتسجيل المنوعات والبرامج التى يحضرها الجمهور .

أستوديو رقم (٢) : يبلغ حجمه ٥٠٠٠ قدم مكعب وزمن الرنين فيه ٠,٥٥ ثانية وهذا الاستوديو مخصص للموسيقى والغناء بحيث لايزيد عدد العازفين به عن ١٥ عازفا وكذلك لتسجيل الاغانى الخفيفة والتخت الشرقى .

أستوديوهات ٣، ٤، ٥ : للدراما ومساحتها على التوالى ٣٠٠ قدم مكعب ،

١٥٠٠ قدم مكعب ، ١٦٠٠ قدم مكعب وزمن الرنين به على التوالى ٥ر ثانية ، ١٥ ر ثانية ٥ ثانية . وتستخدم هذه الاستوديوهات لاخراج التمثيليات التى تقدمها الاذاعة.

أستوديو رقم (٦) : ويبلغ حجمه ١٣٠٠ قدم مكعب وزمن الرنين به ٤ر ثانية وهو مخصص لاذاعة البرامج مباشرة وتسجيل الاحاديث .

أهداف اذاعة الاسكندرية :

تتضمن خطة العمل باذاعة الاسكندرية المحلية تحقيق الاهداف التالية :

١ ـ تغطية احتياجات الجماهير فى جميع القطاعات وذلك بالتوسع فى برامج الخدمات والطوائف .

٢ ـ الارتباط بالخطة التى رسمتها الدولة وذلك بمتابعة الانتاج والقاء الضوء على المنجزات والمتغيرات فى البلاد فى جميع الميادين ومن أجل ذلك زادت نسبة البرامج التى تنقل للمستمع صور الانجازات التى تتم فى مواقع العمل ذاتها .

٣ ـ اطلاع الجماهير على أوجه نشاط الادارة المحلية والتنظيمات الشعبية بالمحافظة وتوعية الجماهير لادراك واجباتها ثم حقوقها للحفاظ على مكاسب الشعب والمصالح . المجال للمواطنين للمشاركة فى اقامة بناء الدولة العصرية والمجتمع المتطور ..

٤ ـ تشجيع المواهب والطاقات المبدعة فى المنطقة المحلية حتى يجد الفرد فى هذه الاذاعة نفسه بدلا من التعقيدات التى قد يجدها على المستوى المركزى .

٥ ـ المشاركة فى احياء التراث الثقافى والفنى لمحافظة الاسكندرية وذلك بتقديم الفنون وأشكال الابداع المحلية .

٦ ـ مناقشة المشكلات الحيوية فى المجتمع المحلى مثل ، الاسكان ، المواصلات ، المرافق النظافة ..الخ .

لقد استطاعت اذاعة الاسكندرية المحلية أن تؤدى رسالتها على الوجه الاكمل منذ انشائها فى خدمة المجتمع المستهدف ، وأن تسهم فى تنمية هذا المجتمع وذلك

من خلال مايلى :

- متابعة المشاكل العامة لجماهير المنطقة ومحاولة حلها مع الأجهزة المسئولة والتأكد من حلها بعد عرضها وذلك من خلال برامج (برقيات على الهواء ، ريبورتاج ماذا .... لو ، لقاء مع مسئول ، دليل الخدمات ، رسالة المطار) .
- قامت اذاعة الاسكندرية المحلية بتغطية الانشطة الزراعية بمحافظتى الاسكندرية والبحيرة وبث برامج التوعية اللازمة للمزارعين من أجل النهوض بمستوى البيئة وزيادة الانفتاح الزراعى .
- الاهتمام بتقديم الترفية المناسب لجماهير المنطقة من خلال برامج المنوعات الجديدة .
- أولت اذاعة الاسكندرية المحلية عناية خاصة بالساحل الشمالى وخطط التعمير وجهود الاستثمار .
- الاهتمام بمتابعة الحركة الثقافية بالاسكندرية من خلال تغطية المهرجانات والمؤتمرات الادبية .
- تحرص اذاعة الأسكندرية المحلية على زيادة الموارد المالية للاتحاد من خلال اذاعة الاعلانات المحلية والتى تهتم بالتركيز على النشاط الصناعى والتجارى بالمنطقة .
- تشارك اذاعة الاسكندرية جماهير المنطقة فى الاحتفال بالمناسبات المحلية مثل الاعياد والمناسبات القومية .

ولقد كانت لاذاعة الاسكندرية المحلية طوال تاريخها بصمات واضحة وسمات مميزة فاقت كثير منها الاذاعة المصرية الام وسبقتها ويمكن توضيح ذلك فى عدة حقائق [٢] .

- سبقت اذاعة الاسكندرية المحلية اذاعة القاهرة فى تقديم الاعمال والمسلسلات الدرامية ضمن برامجها .

- سبقت إذاعة الاسكندرية المحلية غيرها من الاذاعات المصرية في إدخال الاعلانات التجارية حيث اذاع أول إعلان في الاذاعة المصرية حتى أن سعر الدقيقة الاولى وصل الى ٢٠٠ جنيه مصرى لمجرد الحصول على امتياز اذاعة أول ... الاذاعة الجديدة ·

- كانت اذاعة الاسكندرية المحلية رائدة في انتاج وتقديم البرامج التعليمية ... الاثير وأصبحت هذه البرامج تعرف باسم " جامعة الهواء " يتم من خلالها اذاعة برامج دراسية سواء مدرسية أو جامعية · وتقدم الاذاعة محاضرات يلقيها اساتذة الجامعات في مختلف المواد وذلك للسنوات الدراسية المختلفة بكليات الاداب والحقوق والتجارة والتربية ·

- قدمت اذاعة الاسكندرية العديد من المواهب في مجالات الادب والفن والموسيقى والغناء فقد كانت جواز السفر للعديد من المواهب الفنية التي لمعت في القاهرة فيما بعد ·

ولقد أثبت بحث أجراه إتحاد الاذاعة والتليفزيون على عينة من المستمعين قوامها ٦٥٠ مفردة أن ٩٢،٨٪ يستمعون بصفة عامة لاذاعة الاسكندرية المحلية بينما لا تزيد نسبة من لا يستمعون اليها ٧،١٪ ·

توقيت البث وعدد ساعات الارسال :

تقدم إذاعة الاسكندرية برامجها على فترتين :

الصباحية : من السادسة صباحا وحتى التاسعة صباحا باستثناء يوم الجمعة حيث يبدأ في التاسعة صباحا وحتى الساعة الثانية عشر ظهرا ·

الفترة المسائية : من الساعة الثالثة مساء وحتى الساعة الثانية عشر منتصف الليل أما في شهور الصيف تبدأ الفترة المسائية من الساعة الثانية عشر ظهرا وحتى منتصف الليل

	نوعية البرامج	عدد الساعات الاسبوعية		النسبة المئوية
		ق	ث	
١	برامج الخدمات	٦٠ر	١٧	٧٦ر١٨٪
٢	البرامج الثقافية	٣٦	٥	٥٦ر٥٪
٣	البرامج التعليمية	ـ	١٠	٢٥ر١٠٪
٤	البرامج الاخبارية	١٥	٧	٦٧ر٧٪
٥	البرامج المنوعات	٣٠	١١	٤٠ر١٠٪
٦	البرامج الموسيقى والغناء	٣٠	١٩	١٥ر٣٠٪
٧	البرامج الريفية	٥٢	٦	٣١ر٧٪
٨	الدراما	٥٢	٩	٤٠ر١٠٪
٩	البرامج الدينية	٤٥	٦	٢٠ر٧٪
	الاجمالى	٦٧	٩٨	١٠٠٪

جدول يوضح انواع البرامج التى تقدمها اذاعة الاسكندرية المحلية والنسب المئوية لكل منها قياسيا لاجمالى ساعات الارسال الاسبوعيه ٠

نوعية البرامج :

تقدم اذاعة الاسكندرية المحلية خلال ارسالها مجموعة متنوعة من البرامج التمويه والاخبارية والثقافية والتعليمية الى جانب الأغانى والمواد الترفيهية والتى تتمشى مع طبيعة هذا المجتمع وتعالج قضاياه على النحو التالى :

- البرامج التنموية والخدمات حيث تشغل نسبة ٧ر٢٦٪ من إجمالى الوقت المخصص لاذاعة البرامج وتتضمن مجموعة من البرامج من أهمها ست البيت، مع أهالى الريف ، مجتمع العمال ، دليل الخدمات ، ميكرفون الخدمات ، مع الشباب ، برقيات على الهواء ، لقاء مع مسئول ٠
- البرامج الثقافية ، حيث تشغل نسبة ٥٦ر٥٪ من اجمالى الوقت المخصص لاذاعة البرامج بوجه عام ومن أهم هذه البرامج : المجلة الثقافية ، كنوز البحر

رحلة من كاسأوراق اسكندرية ، أسكندرية شاعرة .

- البرامج التعليمية ، تشغل نسبة ١٠,٢٥٪ من اجمالى الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام وفى هذا المجال تعتبر اذاعة الاسكندرية رائدة فى تقديم خدمة تعليمية تعتبر صوره مصغره للجامعة المفتوحة التى تذاع فى B. B. C بالمملكة المتحدة ومن أهم هذه البرامج جامعة الهواء يقدم يوميا لمدة ساعة يستهدف من خلاله خدمة طلاب جامعة الاسكندرية والنهوض بمستواهم التعليمى .

- البرامج الاخبارية ، تشغل نسبة ٦,٦٧٪ من اجمالى الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام وتتضمن نشرات الاخبار والتعليقات السياسية ، وجريدة الاسكندرية ومن هذه البرامج مايلى : جريدة الاسكندرية ، تذاع يوميا لمدة نصف ساعة وتضمن كل أخبار الاقليم مصحوبة بلقاءات صوتية من مواقع الاحداث ينقلها المراسلون الاخباريون للاذاعة .

مواجيز الانباء : مدة الموجز خمس دقائق ويقوم بعرض لاهم انباء المجتمع المحلى يوميا ، نشرات الاخبار العامة : تذاع يوميا متخلله البرامج والفقرات الاذاعية وتتضمن كل أخبار المجتمع المحلى .

- البرامج الترفيهيه والدراميه : تشغل نسبة ٤٠,٩٥٪ من اجمالى الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام . وتشتمل على برامج المنوعات والموسيقى والغناء والمسلسلات وتعتمد إذاعه الاسكندرية المحلية فى اذاعة مثل هذه البرامج على المطربين المحليين وكذلك الممثلين المحليين .

- البرامج الدينية ، تشغل نسبة ٧,٢٠ ٪ من اجمالى الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام . وتتضمن هذه البرامج ، القرآن الكريم ، الاذاعات الدينية الخارجية شعائر صلاة الجمعة ، الفقه والمعاملات ، الاحاديث النبوية .

ولقد شهدت اذاعة الاسكندرية عام ١٩٩٠ بعض ملامح التطوير تبرزمنه : إدخال خدمه اخباريه باللغتين الانجليزية والفرنسية لخدمة الجاليات الاجنبية بمدينة الاسكندرية تتمثل فى نشرتين فى سهرة المساء احداهما بالانجليزية والاخرى بالفرنسيه ،واحيانا تتضمن

النشرة تقديم تقرير أخبارى صوتى مع العناصر المصرية أو الاجنبية المشاركة فى صنع الخبر .

ولازالت الاذاعة تسير قدما فى تحقيق أهدافها التى أنشئت من أجلها

اذاعة القاهرة الكبرى .

- نشأتها : تم افتتاح اذاعة القاهرة الكبرى فى الاول من أبريل ١٩٨١ بعد أن توقفت مصر لفترة طويلة عن اقامة اذاعات محلية أخرى فى أعقاب انشاء اذاعة الاسكندرية المحلية عام ١٩٥٤ . فقد كان منطقيا أن يتجه التفكير الى انشاء اذاعة محلية تخدم اقليم القاهرة الكبرى نظرا لما تحفل به من قضايا ومشكلات وماتضمه من مراكز الثقل السياسى والاقتصادى والاجتماعى الى جانب السفارات والهيئات والمؤسسات الاجنبية . كما أن " هذا الاقليم يضم اكبر تجمع بشرى يتجاوز ٤٠ ٪ من سكان الجمهورية وهم القاهرة والجيزة والقليوبية .

وتسعى اذاعة القاهرة الكبرى ومنذ بداية ارسالها فى ١١/٤/١٩٨١ نحو ترجمة وتأكيد فلسفة الاعلام المحلى الذى هو حلقة اتصال بين الجماهير والمسئولين فى اقليم القاهرة الكبرى مستهدفة زيادة الوعى الجماهيرى بالقضايا المحلية والقومية والعمل على النهوض بالمواطن القاهرى سلوكا وعملا لدفع مسيرة الانتاج والمحافظة على مرافق الدولة وزيادة مواردها

ولقد كشف استطلاع الرأى بشأن برامج اذاعة القاهرة الكبرى من تعلق المستمع القاهرى باذاعته الجديدة فهو قد ارتبط بها وتوافق معها وارتضى النهج الموضوعى لعطائها البرامجى وان طالب ومعه الحق بمزيد من الاحتكاك بقضايا الشارع الاجتماعى القاهرى . ليستمع مواطنو القاهرة من اذاعته المحلية الى نداءاته الذاتية سواء تلك التى نطق بها فعلا وتعبر بها عن واقعه واحتياجاته .

أهداف اذاعة القاهرة الكبـــرى :

تقوم اذاعة القاهرة الكبرى على الاهداف الاتيـة :

- معايشـة الجمهور فى القاهرة الكبرى فى مشكلات وقضايا حياته اليومية ومساعـدة هذا الجمهور على مواجهة تعقيدات الحياة المعاصرة من خلال تقديم الخدمـة المتخصصة التى تلبى الاحتياجات اليومية لهذا الجمهور .
- مناقشـة المشكلات الحيوية فى المجتمع المحلى مثل الاسكان ، المواصلات ،المرافق النظافة .. الخ .
- تقديم الخدمة الاخباريـة الجيدة للمستمع فى المجتمع المحلى بحيث تحيطـه علما بما يدور من أحداث وأنشطة متنوعة فى هذا المجتمع .
- تسليط الاضواء على الشخصيات الناجحة فى المجتمع المحلى والتى تعمل فى صمت للمساهمة فى تنمية المجتمع الام بصفـة عامة ومجتمع القاهرة الكبرى بصفة خاصـة مع ابراز ماتقدمه هذه الشخصيات من خدمات وأفكار .
- محاولـة تدريب المستمع فى المجتمع المحلى على اصلاح أو صنع بعـض الادوات والأجهزة البسيطة التى يستخدمها فى حياته اليومية .
- تسليط الاضواء على الامكانيات غير المستغلة فى اقليم القاهرة الكبرى ومناقشـة الفوائد التى ستعود عن استغلالها وكيفية وأسلوب هذا الاستغلال لصالـح المجتمع .
- ابراز القيم الايجابية اللازمة لعمليـة التنمية مثل تنظيم الاسره ، زيادة الانتـاج ترشيد الاستهلاك ، الادخار ، القيم الدينية ، تعميق الشعور بالانتماء الوطنى .
- افساح الطريق للمواهب الجديدة فى مجالات الادب والفن والعلوم واتاحة الفرصة أمامها للوصول الى الجمهور .
- ولقد استطاعت الاذاعة فى غضون سنوات قليلـة أن تخلق لنفسها شخصية متميزه تفوقت بسببها على الخدمات الاذاعية الكبرى . حيث تضم خريطة برامجها مجموعـة

من البرامج الحيوية التي تكفل لها تغطية الاحداث من مواقعها بفورية وبسرعة كما ساهمت الاذاعة في تقديم برامج الخدمات التي تصل الى المواطن في العمل والشارع ومواقع الانتاج المختلفة للتعبير عن رأيه وأفكاره لخدمة البيئة ومساعدته في حل مشاكله المختلفة خصوصا مايتعلق بالمرافق والخدمات المختلفة

فلسفة التخطيط في اذاعة العاصمة - القاهرة الكبرى :

يقوم التخطيط في اذاعة العاصمة القاهرة الكبرى على فلسفة خاصة بسبب اختلاف هذه الخدمة عن الخدمات الاذاعية الاخرى وهذه الفلسفة تقوم على الاسس الاتية :

الديناميكية والمرونة في التخطيط . ذلك أن اذاعة العاصمة القاهرة الكبرى تقوم على مبدأ أساسي وهام وهو التدخل الفوري للمساهمة في حل المشكلات التي تواجه المجتمع المستهدف وتقديم الحلول والخدمات الممكنة ومن هنا فان فرض خطة برامج جامدة تلتزم بها هذه الخدمة من شأنه ان يعوق اداء هذه الوظيفة ومن هنا روعي في تخطيط برامج الخدمة أن تتسم بدرجة عالية من المرونة بحيث يمكن للخطة أن تتجاوب مع الاحداث والمشكلات التي تحدث فجأة في المجتمع المحلي - وبمعنى آخر روعي في التخطيط الا تؤدي الاحداث والمشاكل الفجائية الى انهيار البنيان العام للخطة بل لابد ان تكون هذه الخطة مرنة وقادرة على مواجهة مشكلات المجتمع المحلي .

والأمثلة العملية على هذا المبدأ - في حالة انفجار ماسورة مياه أو طفح مجاري أو حدوث أزمة مرضية مفاجئة في كل هذه الاحوال فان اذاعة العاصمة القاهرة الكبرى عندما يصلها الامر سواء من مندوبيها او من أحد أفراد المجتمع فتقوم بابلاغ الجهة المسئولة سواء بالاتصال التليفوني . أو بالابلاغ عنها مباشرة بل وتتابع الحل في كل هذه الأحوال تكون خطة البرامج من المرونة والديناميكية بحيث تشارك فيها دون أن يؤدي ذلك الى الاخلال بقيام الاذاعة بوظائفها الاخرى ..

الديمقراطية : بالنسبة للقائم بالاتصال . بمعنى أن يكون وضع الخطة فى الاذاعة بمشاركة جميع القائمين بالاتصال فيها ويكون لكل منهم حق المشاركة والاقتراح .

وبالنسبة للجمهور . تقوم نسبة كبيرة من البرامج على أساس مشاركة الجمهور فيها بأشكال متعددة ويكون لكل فرد فى مجتمع القاهرة الكبرى الحق فى الاهتمام من قبل الاذاعة بمشكلاته وكذلك الأمر بالنسبة لكل المناطق والجماعات والمؤسسات .

التوازن : بمعنى عدم التركيز على جانب دون الاخر فى التعرض للمشكلات التى يواجهها هذا المجتمع . ولابد ان يكون هناك نوع من التوازن فى نوعيات البرامج الذاعة والمناطق المختلفة التى يتكون منها المجتمع المستهدف .

ولقد أثبت بحث أجراه اتحاد الاذاعة والتليفزيون على عينة من المستمعين قوامها ٤٢٠ مفرده وجد أن ٨٥٫٢٤٪ من عينة الدراسة يستمعون لاذاعة القاهرة الكبرى بصفة منتظمة ، وطالبت عينة الدراسة ممن يستمعون لاذاعة القاهرة الكبرى بضرورة وجود فترة ارسال ثالثة بين الاولى والثانية أو ضم فترة الأرسال الى فترة واحدة

واذا كنا يجب أن نأخذ نتائج مثل هذه الأبحاث بشىء من الحذر حيث يقوم باجرائها وحده تابعة لاتحاد الاذاعة والتلفزيون الذى تتبعه الخدمة الاذاعية نفسها الا أن هذه النتائج تعطى مؤشرات على مدى انتشار هذه الاذاعة واتساع دائرة مستمعيها .

توقيت البث وعدد ساعات الارسال :

تقدم اذاعة القاهرة الكبرى برامجها على ثلاث فترات .

الصباحية : من السادسة وحتى التاسعة .

الظهيرة : من الواحده وحتى الرابعة وبعد الظهر .

المسائية : من الثامنة وحتى منتصف الليل .

اما الموجة التي تعمل عليها اذاعة القاهرة الكبرى فهي على نفس موجـــــــــة إذاعة الشعب وهي موجة متوسطة يبلغ طولها ٤٢١ر٩٤ متر وبذبذبة مقدارها ٧١١ كيلـــو هرتز .

ولقد بلغ عدد ساعات ارسال اذاعة القاهرة الكبرى خلال عام ١٩٩٠/ ٢٩٣٠ ساعة ارسال بمتوسط يومي ١٠ ساعات يوميا

ويبلغ عدد ساعات إرسالها في الاسبوع مايقرب من ٧٢ ساعة

م	نوع البرامـــــــج	عدد ساعات البث المخصصة للبرامج أسبوعيـــــــا		النسبة المئويـــة
		ق	س	
١	البرامج الاخباريـه	١٥	٨	١١ر٤
٢	البرامج الثقافيـة	٢٥	١٠	١٣ر٥
٣	البرامج الدينيـــة	٤٥	٥	٨ر ــ
٤	برامج الخدمات والطوائف	٥٠	٢٢	٣١ر٧
٥	برامج الموسيقى والغناء	٣٠	١٢	١٧ر٣
٦	برامج المنوعـــــات	٢٥	١٠	١٠ر٥
٧	برامج الدراما والمسلسلات	١٥	-	٤
	الاجمالـــــي	٠٥	٧٢	١٠٠

جدول يوضح أنواع البرامج التي تقدمها اذاعة القاهرة الكبرى والنسب المئويـــة لكل منها قياسا لاجمالي ساعات الارسال الاسبوعيـــة .

نوعية برامج اذاعة القاهرة الكبـــرى :

تقدم إذاعة القاهرة الكبرى خلال ارسالها مجموعة متنوعة من البرامج التمويـــــة والاخبارية والدينية الى جانب الاغاني والمواد الترفيهية . وبدراسة خريطة البرامـــــج التي تقدمها اذاعة القاهرة الكبرى خلال فترة اجراء الدراسة . تم تصنيف هذه البرامـــج

ووضع النسب المئوية لها . ويوضح الجدول السابق انواع البرامج التى تقدمها إذاعـــة القاهرة الكبرى . على النحو التالى :

- البرامج الاخبارية : حيث تشغل نسبة ٤ر١١٪ من اجمالى الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام وتتضمن مجموعة من البرامج من أهمها : جريدة القاهـــرة الكبرى، عناوين الصحف ، خبر وتعليق ، النشرات المتخصصة (السوق والمال ، الادب والفن ، المرور والمواصلات ، الرياضة ، الارصاد الجوية ، مواجيز الانباء من مجالسنا المحلية .

- البرامج الثقافية : تشغل نسبة ٥ر١٣ ٪ من اجمالى الوقت المختص لاذاعـــة البرامج بوجه عام وتتضمن مجموعة من البرامج من أهمها : أحداث لها تاريـــخ خواطر يومية ، بنك المعلومات، حقائق وأرقام، القاهرة ٢٠٠٠ ، الثقافة للجميـــع، الادباء الشبان .

- البرامج الدينية : تشغل نسبة ٨٪ من إجمالى الوقت المختص لاذاعة البرامـــج بوجه عام وتتضمن مجموعة من البرامج من أهمها : الدين والحياة ، التلاوات القرآنية

- برامج الخدمات والطوائف : تشغل نسبه ٧ر٢١٪ من إجمالى الوقت المختـــص لاذاعة البرامج بوجه عام وتتضمن مجموعة من البرامج التى تستهدف خدمة أبنـــاء المجتمع المحلى على اكثر من مستوى على النحو التالى :

  - الخدمة العمالية وتتضمن تقديم برامج فى هذا المجال مثل عمال القاهـــرة فى عمل ، عمل وعمال .

  - الخدمة الزراعية والريفية ، وتقدم فى هذا الاطار مجموعة من البرامـــج منها ريف القاهرة ، خدمة لكل فلاح ، بالاضافة الى برامج الخدمات المحلية والحكم المحلى مثل برنامج فى مجالسنا المحلية ، طلب اجابة ، تحيـــة وسلام

- البرامج والمواد الترفيهية : حيث تشغل نسبة ٤ر٣٣٪ من إجمالى الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام وتشتمل على الموسيقى والغناء والمنوعات والمسلسلات وبرامج المسابقات ومن هذه البرامج مايلى : خمسة فرفشة ، طريق السعادة ، سهرة الجمعة ، فكر تكسب ، صورة مضيئة ، علاوة على الأغانى والفقرات الموسيقية المختلفة .

اذاعة وسط الدلتا المحلية :

نشأتها : لكى تنشأ خدمة جديدة فى مجتمع ما . لابد أن تكون هذه الخدمة نابعة عن حاجة حقيقية لهذا المجتمع وأن تعبر عن رغباته واحتياجاته . لهذا كان أول سؤال وجه الى عينة الدراسة والتى بلغ قوامها ١٠٠٠ حالة حول الاذاعة المحلية فى محافظة الغربية من طنطا . هدفه التعرف عن مدى ضرورية انشاء مثل هذه الاذاعة فقد اجابت ٤ر٩٦٪ من مجموع عينة الدراسة معبرة عن الحاجة الماسة الضرورية الى هذه الاذاعة الجديدة .

وفى الحادى والعشرين من يوليو ١٩٨٢ أنشئت اذاعة وسط الدلتا لخدمة اقليم وسط الدلتا المتناسق اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا وذلك لتعبر بصدق عن مصالح المواطنين وتعكس تراثهم التاريخى والفنى وتلقى الضوء على كافة الخدمات المطلوبة وتخدم الاذاعة جماهير محافظات وسط الدلتا وهى الغربية ، المنوفية ، الدقهلية ، كفر الشيخ ودمياط .

ويرى د . سامى الشريف ان انشاء هذه الاذاعة جاء متأخرا جدا وذلك أن مصر تلك البلد الزراعى الذى يعمل معظم ابنائه فى قطاع الزراعة منذ الاف السنين كان بحاجة الى تخصيص اذاعة تخاطب أهالى الريف وتشجيعهم على الاسهام فى تنمية المجتمع والنهوض به . صحيح أن الاذاعة المصرية أولت اهتماما للريف ومشكلاته من خلال برنامج " ركن الريف " الذى قدمته الاذاعة فى أواخر الاربعينيات . الا ان هذا المجتمع

الريفى كان بحاجة لمزيد من الاهتمام . وقدكان إنشاء إذاعة الشعب فى عام ١٩٥٩ قمة الاهتمام بالطبقات العاملة التى من بينها قطاع الفلاحين الا إنه نظرا لظروف الارسال وتواجد الاذاعة بالقاهرة وعدم وضوح ارسالها فى المناطق التى تضم جماهيرها المستهدفة فعجزت الاذاعة عن الدور المناط بهافى خدمة المجتمع الريفى .

أهداف اذاعة وسط الدلتا :

من المعروف أن اذاعة وسط الدلتا اول اداعه مصرية توجه اهتمامها بشكل مباشر لأهل الريف وتعايشهم وتنقل مشاكلهم وتعبر عن أمانيهم وخواطرهم ومنذ ان انشأت إذاعة وسط الدلتا وحتى الان استطاعت أن تؤدى رسالتها على الوجه الاكمل فى خدمة إقليم وسط الدلتا بما يساهم فى تنمية المجتمع المحلى المستهدف . حيث تستهدف إذاعة وسط الدلتا من وجودها بوجه عام خدمة ابناء المجتمعات المحلية فى محافظات وسط الدلتا من خلال مايلى .

- خدمة طوائف المجتمع المحلى (كالفلاحين ، والعمال والصيادين والشباب والطفل والمرأة والنهوض بهم فى كافة المجالات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والصحية .

- تقديم خدمات محلية بالدرجه الاولى تهتم بحل مشاكل المواطنين اليومية فى مجال الأمن الغذائى ، والاسكان ، والمواصلات والكهرباء ، والنظافة العامة .

- تنمية الوعى السياسى لأبناء المنطقة وتزويدهم بالمعلومات المتصلة بمجتمعهم

واطلاعهم على أوجه الانشطة المحلية المختلفة وتعميق مفهوم الانتماء الى المجتمع المحلى .

- العمل على إحداث التغيير فى الانماط السلوكية والرواسب الناتجة عن عدم الوعى بالمسئولية والتمسك بالمفاهيم والأفكار التقليدية التى لا تتمشى مع واقع العصر
- تحقيق المراقبة الشعبية على المواقع والاجهزة التنفيذية والخدمية التى تقوم على خدمة الجماهير المحلية .
- المشاركة فى حملات التوعية والسلوكيات والاهتمام بعملية التثقيف النسائى وقضايا الانفجار السكانى ومحو الامية وترشيد الاستهلاك ، وزيادة الانتاج .
- الاهتمام بزيادة الانتاج الزراعى والصناعى وتحويل القرية الى قرية منتجة والتركيز على البرامج الاعلامية الخاصة بمشروعات التنمية والجهود الذاتية من خلال تغطية أنشطة الاسر المنتجة والمشاركة الجماهيرية فى برامج التنمية الزراعية .
- دعم أهداف الحكم المحلى والادارة المحلية وتحقيق الإلتحام المباشر بجميع المؤسسات والهيئات المحلية واقامة صلات وثيقة بهم من أجل السير معا على طريق تعميق الخدمات التى تقدم لكل مواطن داخل المنطقة .
- تحقيق ثقة المواطن المحلى فى وسائل الاعلام المصرية بتقديم كل ماهو صادق وموضوعى ومفيد ..
- مشاركة الجماهير بالاحتفال بالمناسبات القومية والدينية وجميع المناسبات الخاصة بأقليم وسط الدلتا .

التخطيط البرامجى لاذاعة وسط الدلتا :

تسير خطة البرامج فى إذاعة وسط الدلتا وفق سياسة محددة باعتبارها إذاعة إقليمية تخدم مجتمعا محليا محدودا فى دوله نامية من الضرورى أن توظف اجهزة الاعلام بها من أجل خدمة أهداف التنمية ، والسياسة التخطيطية التى تحاول اذاعة

وسط الدلتا ترمى الى برامج تقوم على تحقيق مجموعة من المبادئ · منها تأكيدها على مفهوم التراث بمعنى ان فلسفة برامج اذاعة وسط الدلتا تقوم على عدم اذاعة اى انتاج ادبى الا بأصوات فنانين وأدباء وشعراء ومتحدثين ومفكرين ومبدعين من ابناء وسط الدلتا · وحتى مايقدم من قراءات قرآنية وابتهالات دينية · وأن تكون البرامج ذات طابع محلى ينبع من بيئة وسط الدلتا · فإذاعة وسط الدلتا تتسم بالإغراق الشديد فى المحلية مما يجذب اليها عدد كبير من جمهور المستمعين ·

بالاضافة إلى المرونة التخطيطية لمسايرة أحداث المجتمع ، وتعنى المرونة لهذه الاذاعة ضرورة تجاوبها ومسايرتها للأحداث والقضايا المرتبطة بمجتمع وسط الدلتا وقابليتها للخوض فى كل مايتعرض له هذا المجتمع من أحداث وظروف مستجدة حتى لا تكون خطة برامجها ثابتة · علاوة على ذلك تؤكد إذاعة وسط الدلتا فى سياستها التخطيطية على أهمية تحقيق التوازن بالنسبة لنوعيات البرامج المذاعة والمناطق المختلفة التى تكون منها المجتمع المحلى وكذلك فئات الجمهور بمعنى عدم التركيز على تقديم برامج معينة دون الاخرى ، أو التركيز على مدينة معينة دون الاخرى ، ومن ناحية أخرى تسعى إذاعة وسط الدلتا الى غرس الشعور الدائم فى نفوس مستمعيها بأن هذه الاذاعة هى اذاعتهم المملوكة لهم والتى قامت وأنشئت من أجل خدمتهم دون غيرهم علاوة على ذلك فإذاعة وسط الدلتا تعتبر احدى الخدمات الاذاعية التابعة للاذاعة المركزية من خلال شبكة المحليات لذلك توجد صلة وثيقة تربط هذه الاذاعة بالاذاعة المركزية وتتضح هذه الصلة من خلال عمليتين التنظيم والاشراف المركزى على الخطة البرامجية لاذاعة وسط الدلتا ومتابعتها فيما بعد ·

توقيت البث وعدد ساعات الارسال :

تقدم اذاعة وسط الدلتا برامجها على فترتين :

صباحية : من السادسة صباحا الى الثامنة صباحا ماعدا يوم الجمعة من السادسة الى الواحدة ظهرا ·

والمسائية : من الرابعة مساء الى العاشرة مساءا ماعدا يوم الخميس الى الثانية عشر منتصف الليل ·

وتعمل هذه الاذاعة على موجة متوسطة ٤ر٢٥٨ متر ويذبذبة مقدارها ١١٦١ كيلو سيكل في الثانية وبقوة ٦٠ كيلووات ·

ولقد بلغ عدد ساعات إرسال اذاعة وسط الدلتا خلال عام ٨٨ / ٣٤٩٢/٨٩ ساعة بمتوسط يومى ٩ ث، ٣٤ ق قدمت من خلالها كافة الوان البرامج بينما بلغ عدد ساعات إرسال إذاعة وسط الدلتا فى عام ١٩٩١ ٣٧١٤ ساعة من الارسال · بمتوسط يومى ١٠ ساعات ، ١٠ دقائق وقد بلغ عدد ساعات ارسال اذاعة وسط الدلتا الاسبوعية ٦٥ ق / ٧١ ث ·

م	انواع البرامج	عدد ساعات البث المخصصة للبرامج أسبوعيا		النسبة المئوية
		ق	س	
١	برامج الخدمات والطوائف	٢٠	٢٨	٣ر٣٩
٢	البرامج الثقافية والاسرة والطفل	٣٥	٨	٩ر١١
٣	برامج المنوعات	١٩	١٤	٩ر١٨
٤	البرامج الاخبارية	٣٠	١٠	٦ر١٤
٥	البرامج الدينية	٥٦	٧	ـر١١
٦	برامج الدراما والاعلانات	٥	٣	٣ر٤
	الاجمال	ـ٥	٧٢	١٠٠٪

الجدول السابق يوضح أنواع البرامج التى تقدمها اذاعة وسط الدلتا والنسب المئوية لكل منها قياسا لاجمالى ساعات الارسال الاسبوعية ٠

نوعية البرامج التى تقدمها اذاعة وسط الدلتا :

تقدم إذاعة وسط الدلتا من خلال ساعات إرسالهاكافة ألوان البرامج التنموية والجماهيرية والثقافية والاخبارية الى جانب المواد الترفيهية والتى تتمشى مع طبيعة المجتمع المحلى وتعالج قضاياه ٠ ومن هذهالبرامج :

أ ـ برامج الخدمات والطوائف : حيث تشغل ٣ر٣٩ ٪ من إجمالى الوقت المختص لاذاعة البرامج وهذه البرامج يشارك الجمهور بنفسه فى إعدادها وتقديمها وتتيح الاذاعة الفرصة أمام مستمعيها لمخاطبة المسئولين وعرض تساؤلاتهم ومشاكلهم عليهم بصراحة ووضوح ومن أهم وأشهر البرامج التى تقدمها إذاعة وسط الدلتا فى هذا المجال برنامج (٠٠٢٢٢٠١ معاك على الخط) وهو برنامج أسبوعى يحمل رقم تليفون إذاعة وسط الدلتا حيث يقوم المستمع بالاتصال تليفونيا بالاذاعة لعرض مشكلته أو تساؤله ثم تتصل الاذاعة بالمسئول تليفونيا بهدف الحصول على رد أو حل ٠ ومن البرامج الشهيرة فى هذا المجال أيضا برنامج نادى القرية وهو برنامج جماهيرى تتنافس فيه الجمعيات التعاونية الزراعية فى القرى حيث يتجمع الفلاحون ويتسابقون فى الاجابة على الاسئلة فى الثقافة الزراعية والمزعات وتشمل الجوائز كأس المحافظة وكوءس الجعيات الزراعية وجوائز مالية ٠ وهناك العديد من برامج الخدمات التى يسهم المستمعون فى إعدادها وتقديمها ٠ والتى تساهم فى حل مشاكل الجماهيرمن هذه البرامج ٠ سوءال وخمس إجابات ، لقاء مع مواطن ، لقاء مع مسئول ، مشكلتك لها حل ، مع خالص تحياتى ، بريد المستمعين ٠

٢ ـ البرامج الثقافية والاسره والطفل : حيث تشغل نسبة ٩ر١١ ٪ من إجمالى الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام ٠ فاذاعة وسط الدلتا تقدم برامج ثقافية تهتم بالثقافة الادبية والفكرية واتاحة الفرصة امام المواهب الشابة

من خلال برامج ، المجلة الثقافية ، حديقة الافكار، بنك المعلومات ، دراسات نقدية ، الصالون الثقافي ، كما تهتم إذاعة وسط الدلتا بتقديم برامج خاصة بالاسرة ومشاكلها ومحاولة تقديم المشورة والتجارب الرائدة وكل مايهم الاسرة الريفية والحضرية مع تغطية المشكلة السكانية بأبعادها المختلفة من خلال برامج مثل ، هو وهي ، بيت العز ، حكايات أم الهنا ، مجلة المرأة ، فكرة لبكره . كما تهتم اذاعة وسط الدلتا بالطفل من خلال برامج ، مايطلبة الاطفال جنة اطفال الدلتا ، براعم الدلتا ، فزورة الاطفال

٣ ـ البرامج الاخبارية : وتشغل نسبة ٦ر١٤٪ من إجمالي الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام . والبرامج الاخبارية في إذاعة وسط الدلتا علامة مميزة لتلك الاذاعة المحلية فالاذاعة في نشرات أخبارها لاتقتصر على تقديم الاخبار المحلية ـ كما يظن البعض أن ذلك هو دور الاذاعة المحلية ـ بل ان الاذاعة تقدم نشرات تتضمن أخبار قومية وعربية وعالمية . ترتبط ارتباط وثيق بالمجتمع المحلي . فمثلا . خبر قيام أحد مراكز البحوث العالمية بانتاج نوع معين من البذور عالية الانتاج أو مبيد حشرى فعال ، أو اكتشاف أن مبيدا حشريا يستخدم حاليا فيه ضرر كبير بالانسان ومطلوب سحبه من التداول . . . . انه خبر عالمي يهم المجتمع الزراعي المحلي . ومن أمثلة هذه البرامج التي نقدمها إذاعة وسط الدلتا ، العالم اليوم ، العالم هذا المساء . بالاضافة الى ذلك فان إذاعة وسط الدلتا تهتم بتقديم البرامج الاخبارية المحلية . من هذه البرامج الدلتا في صحف الصباح ، جولة الصحافة المحلية ، أقوال الصحف ، صباح الخير ياطنطا ، النشرة الصوتية .

٤ ـ البرامج الدينية : حيث تشغل نسبة ١١٪ من إجمالي الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام . وتقدم إذاعة وسط الدلتا البرامج الدينية التي تهدف إلى تقديم الثقافة الدينية وتصحيح المفاهيم الخاطئة ودحض الأفكار البعيدة عن النسق .. يتنافى مع الاديان والتعاليم السماوية من خلال برامج : نبع الاسلامية ، دعوة

حديث الصباح ، فى رحاب الايمان ، صوت الرحمن ، سبحان الله ، فتاوى واحكام .

٥ - البرامج والمواد الترفيهية : حيث تشغل نسبة ٢٣٫٢٪ من اجمالى الوقت المخصص لاذاعة البرامج بوجه عام . وتشمل على برامج المنوعات والغناء والموسيقى والمسلسلات ومن أهم هذه البرامج ، سهرة فى فرسة ، دورى المنوعات ، اليوم المفتوح . كما تقدم اذاعة وسط الدلتا الاعلانات ضمن برامجها مراعية فى ذلك قواعد وضوابط الاعلان فى الاذاعات المحلية التى تحرص على التعريف بالسلع والخدمات المحلية والدعوة للاعتزاز بكل ماهو محلى وينتج فى مصر والتركيز على مايحتاجه المواطنون من سلع وخدمات

اذاعة شمال الصعيد

نشأتها : تعتبر إذاعة شمال الصعيد أول اذاعة محلية تخاطب ابناء مصر فى الصعيد وهى وحدة من وحدات شبكة الاذاعات المحلية التى تم اقامتها على أرض مصر وذلك لتحقيق التنمية الشاملة للافراد والوصول الى كل مواطن فى موقعه ومشاركة الدولة فى مناسبات القضايا التى تهم ابناء الاقليم وتعكس اذاعة عمهم وكتب المواهب فى المحافظات المختلفة . ولقد بدأت ارسالها فى ١٣ مايو ١٩٨٣ من مدينة المنيا . ومنذ إنشائها وهى تبذل جهدا كبيرا لتقديم الخدمات المختلفة لتحقيق الاهداف التى انشئت من اجلها . والاقليم الذى تخدمه اذاعة شمال الصعيد يشمل أربع محافظات هى المنيا ، بنى سويف ، الفيوم ، أسيوط . وهو اقليم زراعى إلا إنه به محافظة المنيا التى تمثل المحافظة الثالثة على مستوى الجمهورية من حيث السياحة والاثار . وتسعى الاذاعة من خلال برامجها لخدمة ابناء المحافظات الاربع والتركيز على مجالات التنمية والتطوير التى تقوم بها أجهزة الحكم المحلى والأجهزة التنفيذية بالمحافظات .

أهداف اذاعة شمال الصعيد :

تقوم اذاعة شمال الصعيد على تحقيق الاهداف الاتية

- تحقيق اللامركزية في حل مشكلات المجتمع من خلال الوصول الى هذا المجتمع والمشاركة في تنميته مع بقية المؤسسات الموجودة فيه ، وتستمد إذاعة شمال الصعيد أهميتها فيما يتعلق بهذه النقطة من إنها تخدم مجتمعا متماثلا الى حد كبير جدا من النواحي الطبيعية والاجتماعية مما يسهل عليها تقديم المضمون الذي يرضي اكبر عدد ممكن من الجمهور . وتناول القضايا والمشكلات في مجتمع شمال الصعيد بالاسلوب الذي يلائم الواقع ويرضي ابناؤه .

- المشاركة في احياء التراث الثقافي والفني لاقليم شمال الصعيد وذلك بتقديم الفنون وأشكال الابداع المحلية والعمل على اكتشاف المواهب .

- الاهتمام بالموارد الاقتصادية في الاقليم من سياحة وصناعة وزراعة وتجارة وتقديم الخدمة الجيدة للثروة البشرية المرتبطة بكل هذه الموارد بحيث تساهم الاذاعة المحلية في خدمة مستمعيها وخلق المواطن الصالح المستنير الذي يقوم بواجبه على اكمل واتم وجه

ولقد استطاعت اذاعة شمال الصعيد ان تقدم العديد من البرامج والتي كان في مضمونها مايساهم في تنمية المجتمع المستهدف وذلك من خلال مايلي

- حيث تم تغطية أخبار الاقليم بالاخبار المقروءه والصوتية ، المقروءه ٣٥٠٠ خبر والصوتية ٢٢٠٠ خبر .

- تم الحصول على ٣٢٠ ردا أو حلا لمشاكل المواطنين من خلال برامج الخدمات .
- تم تقديم عرض ملخص لحوالي ٧٥ كتابا من كتب التراث والكتب الاقليمية .
- ساهمت الاذاعة في تقديم انتاج الادباء والشبان في مجال القصة والمسرح والشعر
- شاركت الاذاعة وزارة الصحة في حملتها القومية لمكافحة البلهارسيا ولعبت دورا هاما في توصيل المعرفة بخطورة هذا المرض .

- خروج ميكرفون الاذاعة الى الحقل الزراعي ومتابعة التجارب والبحوث العلمية بالتعاون مع البحوث الزراعية من خلال برنامج البحث بين النظرية والتطبيق .
- تم تقديم البرامج التعليمية لطلبة الثانوية العامة والجامعات واذاعة نتائج الثانوية العامة وبعض من الشباب المصاحبة لكليات جامعتي المنيا وأسيوط .

- ساهمت الاذاعة في تغطية المناسبات الدينية والقومية والمحلية لمحافظــــات الاقليــم .

وتقوم فلسفة البرامج في اذاعة شمال الصعيد علــى الاسس الآتيــة :

١ - أن تكون الاذاعة ملتزمة بمفهوم الخدمة ومفهوم الخبر بمعنى ان النشاط الاخبـــــارى لاينعزل عن بقيــة الانشطــة الاخرى وعلى سبيل المثال فان الاخبار لاتهدف الــــى الاعلام فقط وانما ايضا الى التثقيف والترفيــه ، فالتثقيف من خلال اضافة معلومــــة فعلية الى الرصيد المعاني للمستمع والترفيــه من خلال الفقرات الترفيهية الطريفــة وأخبار الجريمة .

٢ - خفة الحركة وسرعة الانتقال والايقاع المناسب للبرامج فاذاعة شمال الصعيد يجـــب ان تكون متحركة وألاتقف بمعزل عن المجتمع ومابه من تغيرات وأحداث .

٣ - ان تكون البرامج محليــه ونابعة من البيئــة وتعكس فن ابناء الصعيد وتراثهم وافكارهم وترد د الاماكن والمواقف والشخصيات التى يألفونها وتلبى احتياجاتهم الخاصة والمتميزة

توقيت البث وعدد ساعات الارســال :

تقدم اذاعة شمال الصعيد برامجها على فترتيــن :

الصباحية . من الساعة السابعة صباحا وحتى التاسعة عدا يوم الجمعة يمتـــــــد الارسال حتى الواحدة والنصف ظهرا .

المسائية : من الخامسة مساء وحتى العاشرة مع امتداد ها يوم الخميس الى الساعــــة الثانية عشر .

وتعمل اذاعة شمال الصعيد على أربع موجات هى :

الاولى للمنيا وطولها ٢٠٣,٣٦ متر وقوتها ٥ كيلو وات وبذبذبة قدرها ١٤٧٥ ك / هرتز

الثانية لاسيوط وطولها ٢٢٩٫٨٨ متر وقوتها ٥ كيلو وات وبذبذبة قدرها ١٣٠٥ ك هرتز .

الثالثة للفيوم وطولها ٣٩٦٫٨٢ متر وقوتها كيلو واتواحد وبذبذبة قدرها ٧٥٦ ك / هرتز .

الرابعة لبني سويف وطولها ٢٩٧٫٦٢ متر وقوتها كيلو وات واحد وبذبذبة قدرها ١٠٠٨ ك / هرتز .

وخلال عام ٩٠ قدمت اذاعة شمال الصعيد ٢٦١٠ ساعة من الارسال الاذاعي بينما في عام ٩١ بلغ عدد ساعات ارسالها ٢٧٣٠ ساعة ويبلغ عدد ساعات ارسالها في الاسبوع ٥٢ ساعة وخمسون دقيقة بمتوسط يومي ٧ ساعات وثلاثون دقيقة .

م	نوع البرامج	عدد ساعات البث المخصصة للبرامج أسبوعيا		النسبة المئوية
		ق	س	
١	برامج الخدمات والطوائف	٢٥	١٧	٣٣
٢	البرامج الاخبارية	٤٥	٨	١٦٫٦
٣	البرامج الثقافية والادبية	٣٥	٧	١٤٫٤
٤	البرامج الدينية	٢٥	٤	٨٫٤
٥	البرامج الترفيهية	٥	١٢	٢١٫٤
٦	البرامج التعليمية	١٥	٣	٦٫٢
	الاجمالي	٥٠	٥٢	١٠٠٪

جدول يوضح انواع البرامج التي تقدمها اذاعة شمال الصعيد والنسب المئوية لكل منها قياسا لاجمالي ساعات الارسال الأسبوعية .

نوعية البرامج التى تقدمها اذاعة شمال الصعيد :

تقدم إذاعة شمال الصعيد عبر إرسالها العديد من البرامج الاعلامية والثقافية والدينية والخدمية والمنوعة التى تغطى مختلف اهتمامات المستمعين فى المحافظات التى تخدمها . وذلك على النحو التالى .

١ - البرامج التنموية والخدمات : تشغل هذه البرامج نسبة ٣٣٪ من اجمالى الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام . من أهم هذه البرامج ، البرامج الجماهيرية التى تخدم مصالح المواطنين وترد على شكواهم ومنها برنامج شكواك بالتليفون عزيزتى شمال الصعيد ، وهو برنامج يومى يرد على طلبات وشكاوى المستمعين كذلك تولى الاذاعة اهتماما كبيرا بالقاء الاضواء على المعالم السياحية بمحافظات شمال الصعيد بهدف دعم وتنمية السياحة فيها ومن أهم هذه البرامج . عروس الصعيد . برنامج يتحدث عن المعالم السياحية فى المنيا وبرنامج لؤلؤة الصعيد ويتحدث عن المعالم السياحية فى بنى سويف وكذلك برنامج واحة الصعيد ويتحدث عن المعالم السياحية فى الفيوم .

٢ - البرامج الاخبارية : حيث تشغل هذه البرامج نسبة ١٦,٦٪ من اجمالى الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام . واذاعة شمال الصعيد تولى اهتماما كبيرا بالخدمة الاخبارية لمستمعيها حيث تقدم الاخبار العالمية والقومية والمحلية وذلك من خلال نشرات الاخبار والبرامج الاخبارية مثل جريدة شمال الصعيد ، أقوال الصحف أضواء على الاخبار .

٣ - البرامج الثقافية والادبية : وتشغل هذه البرامج نسبة ١٤,٤ ٪ من اجمالى الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام . وتتناول هذه البرامج أهم الانشطة والاعمال الادبية والفنية لابناء المجتمع المحلى . ومن أهم هذه البرامج ، المجلة

الثقافية ، نجوم فى سماء الادب ، تجربة علمتنى ، من التراث ، قراءات حرة ، الوان من كل مكان .

٤ - البرامج الدينية : حيث تشغل هذه البرامج نسبة ٤ر٨٪ من اجمالى الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام . ومن أهم هذه البرامج ، حكم الدين ، أولياء الله ، حياتنا بين القرآن والسنة ، أحسن القول ، مواقف ايمانية . وتعاونوا على البر والتقوى .

٥ - البرامج الترفيهية : وتشغل هذه البرامج نسبة ٤ر٢١٪ من اجمالى الوقت المختص لإذاعة البرامج بوجه عام . وتتضمن هذه البرامج الموسيقى والغناء ، والمنوعات والمسلسلات ، ومن اهم هذه البرامج ، مسرح الاقليم ، ذغروده فى دارنا ويذاع اسبوعيا لمدة ٣٠ دقيقة ويلتقى بأصحاب المناسبات السعيده ، كالزواج والنجاح بالاضافة الى البرامج التالية .

شمال الصعيد يغنى ، عروس الصعيد ، مع الناس ، مواهب شمال الصعيد وكذلك اغانى وفقرات موسيقية ، واغانى فلكلورية وملاحم شعبية .

٦ - البرامج التعليمية : وتشغل هذه البرامج نسبة ٢ر٦٪ من اجمالى الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام . وتقدم اذاعة شمال الصعيد البرامج التعليمية للتعليم الثانوى والجامعى ومن أهم هذه البرامج ، برنامج اوائل الطلبة ومدته نصف ساعة وهو عبارة عن مسابقة تجرى بين طلاب الثانوية العامة ، وبرنامج جامعة الهواء ومدته نصف ساعة لعدد من طلاب جامعتى المنيا وأسيوط بالتعاون مع أساتذة الكليات وكذلك برامج فى رحاب الجامعة ، عزيزى الطالب .

اذاعة شمال سيناء :

نشأتها : بدأ الارسال الاذاعى لاذاعة شمال سيناء المحلية فى الخامس والعشرين من شهر أبريل عام ١٩٨٤ وهو موعد العيد الثانى لتحرير سيناء وكان الهدف من انشاء هذه الخدمة المحلية هو إضافة خدمة إذاعية جديدة تخدم قطعة غالية من أرض مصر لتعميق لأهل هذه المنطقة إرتباطهم وإنتمائهم لمصر بعد فترة الإحتلال التى عاشوها .

والمعروف أن معظم سكان شمال سيناء من البدو والحضر ينحدرون من أصول عائلية

من شبه الجزيرة العربية وفلسطين وبلاد الشام · وقد شهدت الفترة التى أعقبت حرب فلسطين عام ١٩٤٨ إنتقال عدد كبير من اللاجئين الفلسطينيين الذين أقاموا فى سيناء وتوجد عائلات كثيرة من أصل فلسطينى تستوطن مدينة العريش ورفح ·

ويخدم الارسال الاذاعى لاذاعة شمال سيناء مناطق العريش والشيخ زويد وبئر الجفد ورفح ونخل والحسنة بالاضافة الى تجمعات البدو وسكان القرى فى مختلف النجوع وليربط بين هذه المنطقة والوطن الام

وعلى قدر ما لاذاعة شمال سيناء من أهمية فى هذا الموقع الهام من أرض مصرنا الحبيبة وفى شمال سيناء على وجه الخصوص بقدر المسئولية على القائمين بالعمل فى الاذاعة وماتتطلبه من بذل و عطاء وخدمة ورفع مستوى المواطن فى هذه المناطق

أهداف اذاعة شمال سيناء :

تقوم اذاعة شمال سيناء على تحقيق الاهداف الاتية :

- تقديم الخدمة للمستمع المحلى فى كافة مجالات الحياه على إعتبار انها اذاعة خدمات·
- ربط المستمع بالمنطقة المحلية التابع لها وبالتالى ربطه بالوطن الام وتحقيق الولاء والانتماء للوطن ·
- تعريف المستمع بجغرافية وتاريخ هذه المنطقة المحلية ·
- تقديم الخدمات الارشادية للمواطنين فى مجالات متعدده (تأمينات اجتماعية استخراج بطاقات - تركيب عداد اناره - مرور ···الخ) ·
- تقديم البرامج السياحية والفنية والترفيهية والتى تقدم من خلالها المعلومة التى تهم المستمع من آثار وشخصيات وزائرين ·

توقيت البث وعدد ساعات الارسال :

تقدم اذاعة شمال سيناء برامجها على فترتين :

صباحية : من الساعة السابعة وحتى العاشرة صباحا

مسائية : من الساعة السادسة وحتى العاشرة مساءا ، وتمتد يوم الخميس حتى الساعة الحادية عشر مساءا .

وتعمل اذاعة شمال سيناء على موجة طولها ٨ر٢٩٩ متر وبذبذبة قدرها ١٠٠٣ كيلو هرتز . ولقد كانت فترة ارسال هذه الاذاعة فى بداية عملها ١ كيلو وات زادت فيما بعد حيث أصبحت ٢٥ كيلو وات ويوجد باذاعة شمال سيناء عدد استوديو الاول للهواء والثانى للتسجيلات والمونتاج هذا علاوة على بعض الامكانيات الاخرى من سيارات وعربات لنقل الاذاعيين والفنيين ومجموعة من أجهزة الانتاج والتسجيل .

ويبلغ عدد ساعات ارسال اذاعة شمال سيناء الاسبوعية ٥٣ ساعة . وخلال دورة اذاعية يصل عدد ساعات ارسالها ٦٣٦ ساعة .

م	انواع البرامج	عدد ساعات البث المخصصة للبرامج اسبوعيا ق	ش	النسبة المئوية
١	برامج الخدمات والبيئة	١٥	١٨	٢ر٣٤
٢	برامج الاخبار	٢٥	٦	١٢
٣	برامج ثقافية والاسرة والطفل	١٥	٥	٨ر٩
٤	البرامج الترفيهية	—	١٧	٨ر٣١
٥	البرامج الدينية	٢٠	٤	٨ر١
٦	البرامج التعليمية	١٠	٢	٤ر١
	الاجمالى	٢٥	٥٣	١٠٠٪

الفصل الثالث

الإذاعات الدولية الموجهة

١- مفهوم الإذاعات الدولية .

٢- أهداف الإذاعات الدولية الموجهة .

٣- أسلوب السيطرة والتمويل واللغات المستخدمة فى الإذاعات الدولية .

٤- مصادر أخبار الإذاعات الدولية الموجهة .

٥- الإذاعات الدولية الموجهة للعالم العربى .

٦- التخطيط للإذاعات الدولية الموجهة .

الإذاعات الدولية الموجهة

١ - مفهوم الاذاعات الدولية :

اختلفت تعريفات الاذاعة الدولة باختلاف آراء اصحاب هذه التعريفات ، فمنهم من يرى أن الاذاعة الدولية هى التى توجه من دولة معينة إلى دولة أخرى ، كما يمكن أن يضاف اليها تلك الاذاعات التى تسمع على نطاق معقول فى دولة أخرى وان كانت موجهة أساساً إلى دولة معينة .

وفى تعريف آخر نجد أن الاذاعة الدولية تعنى ارسال الصوت والموسيقى عبر مساحات شاسعة ليستقبلها جماعة من الناس خارج حدود الدولة التى تقوم بالارسال وذلك بلغات يمكن للمستمعين الموجه اليهم الخدمة فهمها .

وفى احدى الدراسات الخاصة بالاذاعات الدولية تم وضع ثلاث محكات رئيسية هى :

أ) قـوة الإرسال :

تسعى الاذاعة الموجهـة إلـى توصيل ارسـالها خـارج حـدود الدولة الباثة ، ومن ثم فهـى تحتـاج إلـى محطـات ارسـال أقـوى ، وترددات اذاعية اعلى حتى تضمن لها اختراق الحدود كى تنـافس الاذاعات المحلية في الدول المستهدفة .

ب) نـوع الـجمهـور :

الاذاعة الموجهة تسعى إلى مخاطبة جمهور اجنبى ، فى دولة اجنبية يتحدث لغة مختلفة ولاتربطهم بالقـائمين بـالعمل فيهـا أيـة روابط بل ان هذا الجمهور قد يكون معرضـاً لضغـوط مـن قبـل حكومته تحثه على عدم الاستماع إلى الاذاعات الموجهة .

جـ) نـوع البرامـــج :

نتيجة اختلاف طبيعـة الاذاعـات الدوليـة ، فـان ذلـك ينعكـس على مضمونها البرامجى الذى ينبغى أن يعد وفقاً لاسـس علميـة

سليمة ، ومن واقع دراسات وبحوث تجرى على المستمعين لمعرفة طبيعتهم واهتماماتهم .

٣ - أهداف الاذاعات الدولية الموجهة :

الحديث عن الاهداف التى ترغب فى تحقيقها أية محطة اذاعية ، يرتبط الى حد كبير بالجهة المسيطرة أو المشرفة على هذه الاذاعة ، وبالتالى فان اهداف الاذاعات الموجهة ترتبط بمن يسيطر عليها . والحكومات دائما ترغب فى أن تكون قابضة وموجهة للاذاعات الموجهة من دولها ، سواء تمت السيطرة والادارة بطريق مباشر أو غير مباشر ، ولهذا فالحكومات هى التى ترسم للاذاعات الموجهة أهدافها مهما كان النظام الاذاعى الذى تتبعه الاذاعات عموماً ، والمسألة بعد ذلك لاتعدو أن تكون شيئاً من التحرر أو التزمت فى التنفيذ ، فمعروف ان بعض الحكومات تترك لاذاعاتها الموجهة اتباع ما تراه من وسائل فنية

لبث ارسالها فى حدود الاهداف التى سبق ان رسمتها الدولة من قبل ، بل لقد وصل الامر ببعض الحكومات إلى أن ترسل إلى المحطة الدولية تعلقاتها السياسية الموجهة بعد ان تُكتب فى وزارة الخارجية .

إلا أن الدولة فى تحديدها للاهداف المرجوه من وراء البث الاذاعى الدولى تضع مجموعة من المعايير فى الاعتبار مثل :

(أ) معرفة مدى مسايرة الحكومة المستهدفة لوجهة نظر الدولة الباثة .

(ب) مدى توافق وجهة النظر الشعبية فى المنطقة المستهدفة لوجهة نظر الدولة الباثة .

(جـ) وجهة نظر الجماهير المستهدفة نحو مختلف الدول الاجنبية ونحو المذاهب ، والعقائد السياسية المختلفة .

(د) ظروف الجمهور المستهدف وطبيعة احتياجاته ورغباته .

ومن الجدير بالذكر أن أهداف الاذاعات الموجهة تختلف باختلاف المضمون الذى تقدمه سواء أكان مضموناً اخبارياً أو

تثقيفياً أو ترفيهياً ففى حالة المضمون الاخبارى نجد أن الاهداف تنحصر فى :

١ - الاخبـــــار :

أى إعلام المستمع بالانبـاء والتطورات التـى تهمـه محليـا أو عالمياً وفى هذه الحالـة ، تواجـه الاذاعـات الدوليـة ، منافسـة مـع اجهزة الاعلام المحلية والأذاعات الدولية الاخرى التى تحاصر المستمع وتسعى إلى جذبه والاحتفاظ به .

٢ - التفسـير والشـرح :

وهى مهمة تأتى بعد الاخبار حيث أن الوقت المحدد لنشـرات الاخبار لايلبى حاجات الجماهير المتزايدة لمعرفة الاحداث وتتبعها وبالتـالى تـأتى أهميـة الوظيفـة التفسـيرية للأنبـاء كـأحد المهـام الرئيسية لتقديم فكرة متكاملـة عن الحدث وما يحيط بـه مـن تطورات . ولاشك أن هذه الوظيفة فى الاذاعات الموجهـة تختلـف باختلاف الايديولوجيات التى تتبعها .

٣ - التوجيه :

والتوجيه فى معناه الوظيفى يتضمن تلونياً للاخبار لتحقيق أهداف محددة وهنا تكمن خطورة الوظيفة التوجيهية للاذاعة .

أما فى حالة المضامين الاخرى الغير إخبارية فان أهداف الاذاعات الموجهة تتلخص فيما يلى :

أ) التعريف بحضارة وثقافة ومبادئ الدولة صاحبة الاذاعية :

فلكل مجتمع تراثه الذى يميزه وبالتالى فالعاملين فى الاذاعة الدولية يرغبون فى ابراز أفضل ما فى تراثهم وحضاراتهم من قيم ومبادئ وفنون وآداب بهدف إثراء المستمع ولاظهار مساهماتها فى التقدم الحضارى .

ب) تعزيز الوفاق الدولى :

وذلك عن طريق ابراز المصالح والاهداف المشتركة لدول العالم وعن طريق التعريف للدولة صاحبة الاذاعة ، وأهدافها والمبادئ التى تقف وراءها وعدم اذاعة المواد التى تعتبر تدخلاً

سافراً فى الشئون الداخلية للدول الاخرى ، وعلى المسئولين عن الاذاعة الدولية نقل الصورة صادقة ومكتملة عن مجتمعاتهم لشعوب العالم الاخرى كما يقع على عاتقهم تعضيد الوفاق الدولى بين جميع شعوب العالم .

ومن الجدير بالذكر ان اختلاف الاهداف حسب اختلاف المضامين الاذاعية ، يمتد أيضاً حسب أختلاف النمط العام للخدمة الدولية ، فعلى سبيل المثال نجد أن الاذاعات التجارية الدولية لاتخرج أهدافها عن الاهداف السابقة إلا أنها تحققها بطرق مختلفة ومن خلال مدخلات أخرى باعتمادها على برامج المنوعات والمواد الخفيفة والاعلانات لتحقيق أهدافها السياسية والتجارية معاً .

وينبغى الاشارة إلى أن الاهداف السابق ذكرها إنما هى اهداف نظرية ، تختلف كل دول فى تطبيقها فى اذاعة الدولة حسب توجهاتها السياسية وبما يحقق أهدافها ومصالحها الخارجية ، فالاخبار والشرح والتفسير وتحقيق الوفاق الدولى إنما يتم من وجهة نظر كل دولة حسب ظروفها .

٣-اسلوب السيطرة والتمويل واللغات المستخدمة فى الإذاعات الدولية :

اسلوب السيطرة على الإذاعات الموجهة :

في هذا الإطار لنا العديد من اشكال الإذاعة الدولية مختلفة فيها بينها من حيث نمط السيطرة على النحو التالى :

الخدمات الإذاعية الرسمية أو شبه الرسمية :

وتخضع للسيطرة المباشرة لحكوماتها ، لأن ما تقدمه هذه الإذاعات خاص بالجمهور الخارجي وبالتالى يمكن أن يؤثر على علاقات الدول الخارجية بشكل كبير .

لذلك كان تدخل الحكومة وسيطرته على هذا الشكل من الخدمات الإذاعية ، فالحكومة هى التى تحدد اللغات المستخدمة والمناطق المستهدفة ، وإن لم تتدخل الحكومة فى المضمون ويشترك فى ذلك كافة الدول على اختلاف انظمتها الإذاعية المحلية ، سواء النظام التجارى أو الحكومى أو الهيئة العامة :

١- ففى الولايات المتحدة كمثال للنظام الإذاعى التجارى ، نجد أن الحكومة الفيدرالية تتولى مسئولية الإذاعة الموجهة للجمهور

الخارجى ، فإذاعة صوت أمريكا هى قسم من أقسام (وكالة الاستعلامات الأمريكية
(US . I. A)

١- ويقدم مدير هذه الخدمة الإذاعية تقاريرة إلى رئيس الجمهورية مباشرة ، بالإضافة إلى تعاونه مع وزارة الخارجية .
٢- وفى الاتحاد السوفيتى ، كمثال لسيطرة الحكومة المركزية نجد أن الإذاعة هى منظمة سياسية ضخمة تتحدد برامجها وفقاً لقرارات سياسية .
٣- كما أن هيئة الإذاعة البريطانية التى تفخر باستقلالها فى أعداد مضمون برامجها الموجهة للجمهور الداخلى ، تجد أنها مسئولة أمام وزارة الخارجية ، والكمنولث عن اللغات التى قد تستخدمها واختيار المناطق المستهدفة كما تحدد وزارة الخارجية ساعات الإذاعة .

بالإضافة إلى ذلك يتحتم على هيئة الإذاعة أن يتصل بالإدارات الحكومية المعينة للحصول على معلومات عن الظروف أو الأحوال فى الدول التى توجه إليها الإذاعات ، وسياسة الحكومة البريطانية حيالها حتى تستطيع أن تضع برامجها فى شكل

يخدم مصلحة الدولة وإن كانت الإذاعة هى المسئولة تماما عن مضمون هذا البرنامج .

تمويل الإذاعات الدولية :

يتم تمويل الإذاعات الدولية عادة من جانب الحكومة سواء كانت مسيطرة على النظام الإذاعى في الدولة سيطرة حكومية أو يسودها نمط الإذاعات التجارية ، وإن ظهر بعض الإختلافات بين الحالتين :

(أ) ففى حالة السيطرة الحكومية على الإذاعة تتحمل الدولة تكاليف الإذاعة الموجهة للجماهير فى الخارج وذلك بأحد أسلوبين :

١- تمويل من الأموال الحكومية العامة ، ومثال ذلك كندا والولايات المتحدة حيث يعتمد البرلمان ميزانيته لتلك الخدمة

(٢) التمويل عن طريق جزء من حصيلة رسوم الرخص التى يدفعها المستمعون ، ومثال ذلك سويسرا .

وفى حالة الإذاعات الموجهة ، تعتمد تكاليف الإذاعات الخارجية أيضا على الإعتمادات التى تخصص من الخزانة العامة ومثال ذلك (وصنت أمريكا) التى تشكل ميزانيتها جزء من اتلميزانية العامة لوكالة الاستعلامات الأمريكية

ومثال أخر لإذاعة مونت كارلو التى تعتمد فى جزء كبير من ميزانيتها على الإعلانات التجارية التى تبثها من خلال البرامج كذلك راديو

الحرية وأوربا الحرة اللذان تمولهما وكالة الإستعلامات الأمريكية بهدف نقد وتوضيح الأخبار ، ذلك بالإضافة إلى راديو رياس Rias الذى يوجهه إلى برلين الشرقية وهو أيضا جزء لا يتجزء من وكالة الإستعلامات الأمريكية ويعمل تحت إشراف المندوب السامى الأمريكى أما فى الدول التى تكون بها الإذاعة هيئة تابعة لحكومة فإنه يتم ربط الخدمات الإذاعية الخارجية بالهيئة المسئولة عن السياسة الخارجية .

والجدير بالذكر أن بث الإذاعة الموجهة لابد أن يسير فى إطار تخطيطى منظم فى ضوء إمكانيات المحطة وإحتياجاتها وبناءاً عليه تتحدد ساعات الإرسال والجمهور المستهدف واللغات المرسلة إلى الدول المستهدفة .

اللغات المستخدمة فى الإذاعات الدولية :

تتعدد اللغات التى تستخدمها الإذاعات الدولية ، وإن كانت أهم ثلاث لغات هى :

(١) الإنجليزية :

ويبث بها ١٠٣ محطات ، والهدف من استخدام تلك اللغة هو الوصول إلى المتحدثين بالإنجليزية فى كل مكان ، وكان راديو موسكو فى عام ١٩٧٨ هو أول من استخدم هذا التعبير حين أنشأ الخدمة العامة

بالإنجليزية ، وتعتبر الخدمة الدولية لهيئة الإذاعة البريطانية (الخدمة العامة لأعالى البحار) ومن الإذاعات الأساسية التى تقدم خدمة عامة بالإنجليزية .

(٢) الفرنسية :

وتستخدم فى الإذاعات الدولية على نطاق واسع فى مختلف القارات سواء فى استراليا أو آسيا أو أمريكا اللاتينية ، مثل شيلى التى تعتبر من المصادر الرئيسية للإستماع إلى البرامج الفرنسية الموجهة بشكل خاص للمستمعين فى الأمريكيتين .

وبالرغم من الوضع السياسى والثقافى فى كوبيك فإن راديو موسكو أو أى من إذاعات أوربا الشرقية لا يقدم ارسالاً بالفرنسية إلى تلك المنطقة بإستثناء راديو بودا بست .

ومن الدول التى تبث إذاعات موجهة بالفرنسية إلى أمريكا الشمالية ، فرنسا وإيطاليا ، وسويسرا واليونان ولبنان ومصر وعدد المحطات التى تستخدمها ٧١ محطة .

(٣) العربيه :

ويأتى مركز اللغة العربية فى المرتبة الثالثة بعد الإنجليزية والفرنسية من حيث عدد المحطات التى تبث بها ، والذى يبلغ ٦٨

محطة ، وكانت اللغة العربية مستخدمة على نطاق واسع فى الإذاعات الموجهة منذ فترة طويلة ، وقد استخدمتها الـ B.B.C بإنتظام منذ سنة ١٩٣٨ ربما كان بسبب إنتشار استخدام اللغة العربية يرجع إلى توافر أجهزة الإرسال بالموجة القصيرة فى الدول العربية .

وقلة التشويش على الإذاعات التى تستخدم التردد العالى وهى مستخدمة فى إذاعات الشرق الأقصى بشقيها واليابان ، وفى أمريكا اللاتينية مثل كوبا وشيلى .

٤- مصادر أخبار الإذاعات الدولية الموجهة

أولاً : وكالات الأنباء والمراسلون :

أصبح العالم الآن يعيش بالأخبار وللأخبار ، ومن أجل الحصول على الأخبار ، لأن الأحداث تتلاحق وتتابع فى سرعة مذهلة ، وهى بذلك وفى تطورها لا تعبر عن حركة الحياة وسرعتها ، فالأخبار مستمرة ما دامت الحياة قائمة ومستمرة وبطبيعة الإنسان الفضولية التى تسعى إلى التعرف على الأخبار فى كل مكان ، ولا سيما إذا كانت هذه الأخبار قريبة من الإنسان .

وقد تطور هذا الأمر فى عصرنا الحاضر بتطور وبقدر الوسائل التى تنقل الحدث وبسرعة مذهلة ، فأخبار الأحداث تطير فى كل مكان إلى كل مكان على موجات اللاسلكى . وأصبح المواطن العادى يسأل عن الأخبار ويطلبها ويحرص على الوقوف عليها من المصادر المتاحه له ، ولم يعد اهتمامه مقصورا على أخبار بلده فقط بل تعداده إلى أخبار البلاد الأخرى ، وخاصة تلك الدول التى تتصل ببلده ، وعلى ذلك يمكن القول بأن العالن بفضل وسائل الإعلام وسرعة نشر المعلومة ووصولها إلى كافة أنحاء العالم فى جزء قليل

من الزمن . وأصبح العالم – على حد قول العالم مارشال ماكلوهان – قرية صغيرة يستطيع الإنسان أن يعرف ما يجرى فيها من أحداث .

وهذه المصادر جميعها تبحث وتتجول وراء الحصول على الأنباء حتى تحقق سبقا أخباريا لصحيفتها أو إذاعتها أو وكالة الأنباء التابعة لها ، ومن هنا كان لزاما علينا أن نعرض لمفهوم الخبر وطبيعته باعتباره الزاوية وحجر الأساس الذى تدور حوله المصادر . وقد اختلفت تسميات الخبر بمرور الزمن ، ومن فترة إلى أخرى ، فنجد أن مفهومه فى القرن الثامن عشر يختلف عنه فى القرن التاسع عشر عنه فى قرننا هذا العشرين الذى نعيش فيه .

تعريف الخبر :

بما أن جميع مصادر الإذاعة تبحث عن الحصول على الأخبار ، وأن تحصل على قدر كبير منها فلابد قبل الدخول فى مصادر الأنباء أن نتعرف على طبيعة الخبر ومفهومه .

فالخبر هو الأصل فى كل شئ ، وبدون الخبر لا يتولد الرأى الذى تتضمنه الافتتاحيات الصحفية والمقالات والتعليقات الإذاعية والتحليلات الإخبارية ، وبدون الخبر لا يمكن أن يتولد التحقيق

الإذاعى أو أى شكل آخر من أشكال البرامج سواء صحفيــة أو إذاعيـة بمجاليها المرئى والضوئى .

فالخبر هو : " سرد صحيح موقوت لأحداث وآراء وأمور مـن أى نوع تؤثر فى القراء وتثير اهتمامهم "

والخبر هـو : " كـل مـا يحدث مـن أمـور وكـل مـا توحـى بـه الأحداث وكل ما يترتب على مثل هذه الأحداث " .

والخبر : " يشمل جميع أوجـه النشــاط الجـارى التـى تثـير الاهتمام الإنسانى العام ، وخير الاخبار ما أثار اهتمام أكبر عدد ممكن من القراء ".

والخبر هو " كل ما هو مجهول واصبح معلوما " .

والخبر هو : " تقرير عن أكثر الأشكال أهميـة وأعظمهـا شـأنا وأقربها إلى الواقع وأكثرها حداثة ".

والخبر يختلف مفهومه ومضمونه من دولة لاخرى ومن نظـام إلـى نظـام آخـر ، فـالخبر طبقـاً للمفهـوم الاشـتراكى يختلـف عنـه فـى المفهوم الليبرالى عنه فى مفهوم نظرية المسئولية الاجتماعية .

مصادر الأخبار :

تلجأ دور الصحف والإداعه بشقيها السمعي والبصري إلى مصادر عديدة حتى تحصل على الأخبار منها ، وذلك رغبة في تحقيق السبق الخبري بالنسبة لصحف وإذاعات العالم .

ونحن عند استعراضنا لمصادر الأخبار العديدة فاننا سوف نتحدث عن أهم هذه المصادر بالنسبة للإذاعات الموجهة فالمهم منها فالأقل أهمية في النهاية

وأهم هذه المصادر التي تحتل المركز الأول في الأخبار العامة هي:

١ - وكالات الأنباء العالمية :

لن تضيف الباحثة في هذا المجال الكثير نظرا لتعرض الكثير من الأساتذة لهذا الموضوع .

(أ) الوكالتان الأمريكيتان اسوشيتدبرس **AP** ويونايتدبرس انترناشيونال **UPI** وسيطران على معظم دول أمريكا الشمالية ومختلف دول العالم

(ب) وكالة رويتر **Reuter** البريطانية وتسيطر على دول الكمنولث البريطاني ودول عديدة في أنحاء العالم .

(جـ) وكالة AFP الأنباء الفرنسية وتسيطر على الدول الناطقة بالفرنسية ودول أخرى عديدة في العالم .

(د) وكالتا تاس ونوفستي السوفيتيتان وتغطيان الإتحاد السوفيتي ودول الكتلة الشرقية ودول أخرى عديدة في العالم .

والإذاعة المصرية المشتركة في جميع هذه الوكالات ، بالإضافة إلى وكالة أنباء الشرق الأوسط .

٢- وكالات الأنباء العالمية والمحلية المصورة :

مثل وكالات فيزنيوز VisNews ، وشبكات CBS - NBC - ABC الأمريكية I T A (International T.V . Agency) المصرية .

٣- اتحاد الإذاعة العالمية :

مثل اتحاد إذاعات الدول الأوروبية ، اتحاد إذاعات الدول الآسيوية اتحاد إذاعات الدول الأفريقية ، اتحاد إذاعات الدول العربية واتحاد إذاعات الدول الإسلامية .

٤- وكالات الأنباء المحلية :

مثل وكالة أنباء الشرق الأوسط ووكالات أخرى عديدة عربية .

٥- مندوبو الإذاعة :

تعتمد الإذاعة على استقاء الأخبار على مجموعة من مندوبيها يمدونها بالأخبار العامة في الداخل ، هذا بالإضافة إلى مندوبيها في

الخارج ، وبالنسبة للمندوب الإذاعى فى الداخل فإنه يعتمد أكثر ما يعتمد على الاتصالات مع أجهزة الدولة مثل أجهزة العلاقات العامة للوزارات والهيئات المحلية والأجنبية .

والمندوب الإخبارى يعتمد بجانب حاسته السادسة التى تلاحق الأخبار على مجموعة من العوامل تساعده على تحقيق غايته وهى الحصول على عدد كبير من الأخبار عن طريق :

(أ) التقويم العام : وهو يحتوى على تواريخ الأعياد والمناسبات القومية والتاريخية والدينية ومختلف المناسبات التى يمكن نشر خبر عنها .

(ب) كبار الشخصيات والمسئولين .

ويستطيع المندوب الإخبارى عادة أن يحصل على معلومات من هؤلاء المسئولين كالوزراء ونواب رئيس الوزراء وكبار الشخصيات لما لهم من تأثير على أحداث المجتمع المحيط بهم .

(جـ) الشخصيات الهامة التى تزور البلاد :

ويستطيع المندوب الإخبارى الحصول منها على عدد كبير من الأخبار وذلك ليضمن إمداد الإذاعة أو التليفزيون بمجموعة من الأخبار قد تحقق للإذاعة سبقا عالميا فى بعض الأحيان .

وبالإضافة إلى هذه المصادر الهامة هناك بعض المصادر الأخرى الأقل أهمية مثل ، الحصول على الأخبار عن طريق الأصدقاء والأقارب ، مرسلات الجمهورية ، مكالمات تليفونية ، والصدفات التى تكون فى بعض الأحيان مصدرا من مصادر الأخبار الهامة .

٦- المراسل الإذاعى :

يعتبر المراسل الإذاعى هو مندوب الإذاعة فى خارج الدولة وذلك رغبة منها فى موافقتها بالأخبار الحية وقت وقوعها .

والمراسل الإذاعى يكلف الإذاعة مبلغا كبيرا لذا نجد الإذاعات الكبرى فقط هى التى تستعين بالمراسل الإذاعى نظرا للنفقات الباهظة التى يتكلفها هذا المراسل فى الخارج .

هناك العديد من المراسلين نذكر منهم ما يلى :

(١) المراسل الخارجى الدائم .

(٢) المراسل الخارجى المؤقت .

(٣) المراسل الخارجى المتجول .

(٤) مراسل الأقاليم

(٥) المراسل الحربى .

وكما سبق القول فإن المراسل الخارجي للإذاعة يعتبر مصدرا هاما من مصادر الأخبار تبعث به المحطة الإذاعية إلى الخارج ليوافيها بتطورات الأحداث فى الدولة المرسل إليها وما من محطة إذاعة تقدر على نفقات المراسل الخارجي إلا وتستعين بخدماته المختلفة بالرغم من اعتمادها على الأخبار التى ترسلها لها وكالات الأنباء والصحف الكبرى .

(١) المراسل الخارجي الدائم :

هو الشخص الذى ترسله المحطات الإذاعية إلى بلد من بلاد العالم ، أو إلى أى مركز إخبارى هام ليوافيها بالأخبار من هذا البلد أو ذلك المركز ، ويعتبر هذا المرسل بمثابة السفير لدى الأذاعة الذى يرى بعين مستمعيها التى ترقب الأحداث وبالتالى فهو يكلف الإذاعة مبالغ ضخمة وكبيرة .

كما أنه ليس من الضرورى أن يرسل المراسل الإذاعى لمحطته الإذاعية نفس الأخبار التى ترسلها وكالات الأنباء بالرغم من أن عمل المراسل مكمل لعمل وكالات الأنباء ، ويرجع ذلك إلى عوامل اقتصادية .

والمراسل فى الخرج يقوم بتغطية كافة المجالات المختلفة السياسية والاقتصادية والإجتماعية والفنية والإعلامية وغيرها .

بذلك نرى أن عبئا كبير يقع على كاهل المراسل الإذاعى للقيام بهذه الواجبات وبالتالى لابد أن تتوافر لهذا المراسل أيا كان نوعه مجموعة من الصفات نوردها فى السطور التالية :

١- الإلمام الكامل بلغة الدولة التى سيبعث إليها لتغطية الأخبار ، وبالتالى يستطيع أن يخاطب أهل الدولة ويستمع إلى إذاعتها ويقرأ صحفها ومجلاتها وغير ذلك ، لأنه إذا كان غير ملم بلغة تلك الدولة يضطر إلى أن يكون له مساعدون .

وفى كثير من الأحيان يضطر إلى استئجارهم للقيام بالترجمة الضرورة له . ويمكن القول أن ذلك يبطئ من عمل المراسل ويحد من قدرته على استيعاب التطورات وتحليلها لأن لغة الدولة متى عرفها المراسل وتمكن منها يستطيع بتغطيته السريعة للأخبار أن يحقق سبقا عالميا .

٢- أن يكون خبيرا بشئون البلد التى سيبعث إليها شئونها السياسية والإقتصادية والإجتماعية وأن يكون المراسل الإذاعى على إلمام كامل وكاف بتاريخ هذا البلد وحضارته وثقافته .

٣- أن تكون لدية القدرة على خلق صلات وعلاقات وصداقات جيدة وجديدة فى محل عمله ولإيقامته الجديد فلابد له أن يشارك فى الحياة السياسية والاجتماعية للدولة المرسل اليها .

٤- القدرة على الحركة السريعة التى تجعله قادرا على إرسال الأخبار - ومن قبل ذلك الحصول عليها - بسرعة ، وكذلك حضور البديهة والذكاء والقدرة على الاستنتاج وأن يكون على معرفة بنظم البريد والتلكس والتلغراف والتليفون دوليا ومحليا .

٥- قدرة المراسل على الاختلاط بالآخرين والثقة بالنفس المرتبطة بالمرونة ومستوى رفيع من السلوك مع معرفته الكاملة بالعلاقات الدولية بين دولته والدولة المضيفة له وبالتالى التعرف على الاتفاقيات السارية بين البلدين .

٦- أن يكون المراسل على دراية كاملة بفن التحرير الصحفى والتحرير الإذاعى الذى يمكنه من كتابة الموضوع أو القصة الإخبارية متوفيا العناصر جميعها كما أن عليه كذلك كتابة أهم الأحداث أو المواعيد المختلفة لمؤتمرات أو زيارات أو اجتماعات فربما يستفيد منها .

ويشكل المراسل الخارجى الدائم أهمية كبرى للإذاعة ، مثلها مثل الصحف التى غالبا ما يكون لها مراسلون فى معظم عواصم العالم الكبرى ،

وعلى نفس النظام فإن الإذاعات الكبرى مثل إذاعة صوت أمريكا وهيئة الإذاعات البريطانية ومونت كارلو غالبا ما يكون لها مراسل خارجى دائم فى عواصم العالم الهامة حتى يقوم بارسال رسائل يومية (أو متفق عليها) حسبما ترى الإذاعة . نظرا لقيام وكالات الأنباء فى بعض الأحيان بعدم تغطية جميع الأنباء بحياد تام ، فغالبا ما تتعاطف هذه الوكالات تبعا لهويتها وتذيع الخبر وفق ما يتفق ومصلحة البلد التى تتبعها .

وعلى ذلك تعتمد الإذاعة على مراسلها الخارجى فى تغطية أنباء معينة تهم البلد ولا تستطيع وكالات الأنباء أعطائها حقها من الاهتمام .

ولذلك فيجب على المراسل الذى تختاره الإذاعة ان يكون ملما بلغة البلد التى هو فيها حتى يستطيع متابعة جميع الأحداث وقراءة مختلف الصحف والمجلات التى يستقى منها أخباره ويستطيع عن طريقها الحصول على سبق خبرى قبل غيره من المراسلين ،

بالإضافة إلى قيامه بتغطية الموضوعات الهامة التى تناقش فى ذلك البلد .

هذا وقد تلجأ بعض الإذاعات إلى المراسل الأجنبى نظرا لمعرفته بلغة البلد التى هو فيها ولكن هذا النظام غير محبب لأن ذلك المراسل لن يستطيع إرسال المعلومات التى تهم مستمعى الاذاعة بنفس المقدرة التى يرسلها المراسل التابع للإذاعة نفسها .

ويقوم المراسل الدائم بارسال موضوعاته وأخباره عن طريق عدة وسائل حتى يضمن وصولها إلى الإذاعة وإلى مستمعيها فى وضوح ، ومن هذه الوسائل :

(أ) أول هذه الرسائل هي الدائرة الثنائية **Two Way Circuit** وهى التى تتيح للمراسل ارسال أخباره وفى نفس الوقت تسمح للإذاعة بإبلاغه برغبتها فى تغطية نوعية معينة من الأحداث .

وهى تعتبر الطريقة السليمة لضمان وصول الرسائل الصوتية للمراسلين ، وهى تعتمد على موجة تجارية مخصصة لذلك ، غير موجة إذاعية تخصصها الدولة لتبادل الأخبار مع الإذاعة فتطلق عليها فى هذه الحالة **Duplex** وهى اقذاعة المتبادلة .

(ب) الوسيلة الثانية هى ارسال الأخبار من جانب واحد ، وهذه الوسيلة أرخص بكثير من الأولى ، ولا تضمن أن يعرف المراسل أن كانت رسائله قد وصلت أم لا ؟ ويتم إذاعتها على موجة خاصة يستطيع ارسال مراسلاته عن طريقها .

(جـ) هناك طريقة أخرى تتبع فى ارسال الأخبار وهى طريقة الصور المنقولة لاسلكيا **Facsimile** وهى توفر كثيرا من الوقت والجهد .

ولكنها فى نفس الوقت تفتقر إلى الحيوية لعدم اعتمادها على صوت المراسل الذى يضفى الكثير من الحالية والحيوية على الأخبار أثناء إلقائها ، ولكن هذه الطريقة عبارة عن كتابة موضوع يرسله المراسل ثم يضعه فى جهاز خاص ثم يقوم بتشغيله فتظهر الصورة طبق الأصل عند الإذاعة فى الجهاز المماثل لديها .

وبالإضافة إلى هذه الأجهزة فقد يستعين المراسل بابسط شئ حتى يرسل مواد الأخبار التى حصل عليها ، وهو فى هذا يعتمد على جهاز التلكس الذى يقوم عن طريقه بارسال مجموعة الأخبار التى دار إذاعتها .

٢- المراسل الخارجي المؤقت :

قد توفد الإذاعة مراسلا خاصا وذلك لحضور مؤتمر عالمى أو ندوة عالمية أو دورة رياضية عالمية ، وذلك لتغطية الأحداث تغطية فورية ولإعداد عدد من الموضوعات الهامة ، وهو فى هذه الحالة يعتبر مراسلا خارجيا ولكن لفترة مؤقته تنتهى بإنتهاء الغرض الذى ذهب من أجله .

ولقد قامت الإذاعة بإيفاد مراسل خاص بها وهو الأستاذ عبد الحميد الحديدى وذلك فى عام ١٩٥٠ لحضور انعقاد الدورة الخامسة للجمعية العامة للأمم المتحدة .

ثم تتابعت الاحداث ، وفى كل مرة كانت الإذاعة ترسل مراسلا خارجيا مؤقتا لتغطية حدث من الأحداث ونذكر منها تغطية دورة مونتريال الرياضة التى قام بتغطيتها إذاعيا الاستاذ فهمى عمرو رئيس شبكة المحليات حاليا بالإضافة إلى العديد من القاءات السياسية الهامة .

مزايا المراسل الخارجى :

١- يعتبر مكملا لعمل وكالات الأنباء فمن المعروف أن وكالات الأنباء العالمية ترسل الأخبار إلى الإذاعات كما يحصل عليها

مراسلوها بغض النظر عن أهميتها للدولة التى ترسلها لها وبالتالى فهى تهتم بمصالح الدولة التي توجد فيها ، فوكالة رويتر تعنى بأخبار بريطانيا والدول المرتبطة بها وكذلك بقية الوكالات الأخرى .

وعلى ذلك فمن الضرورى أن يتحمل المراسل الخارجى للإذاعة النقص الذى يوجد فى المعلومات المستقاة من وكالات الأنباء ويبعث بالأخبار التى تهملها وكالات الأنباء .

هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فإن وكالات الأنباء لا تقوم بتغطية جميع الأنباء بحياد دائم ، فغالبا ما تذيع الخبر مصطبغا بمصالحها ، ولذلك تعتمد الإذاعة على المراسل الخارجى فى تغطية أنباء معينة تهم الدولة ولا تستطيع وكالات الأنباء أن تعطيها حقها من الاهتمام وخاصة الدول النامية .

٢- يستطيع المراسل أن يمد الإذاعة بتفسير ما وراء الأحداث التى تتناولها وكالات الأنباء فى برقياتها المجردة من أى تفسير

٣- يمكن للمراسل الإذاعى أن يجرى مزيدا من التحقيقات الإذاعية المختلفة التى يرغب المستمعون فيها للتعرف على البلد الموفد إليها المراسل الإذاعى .

٤- الحياة الإنسانية مليئة بعناصر الحياة المختلفة والمراسل الإذاعى فى الخارج يمكنه أن يرلس بعض الموضوعات الخفيفة والإنسانية والفنية ضمن المواد التى يرسلها إلى الإذاعة .

٣- المراسل المتجول :

الإذاعة المصرية لديها مراسل واحد فى هذا النوع ،نظرا لتكلفته الباهظة .

٤- مراسل الأقاليم :

تفتقر الإذاعة المصرية إلى هذا النوع من المراسلين نظرا لإعتمادها على تغطية أنباء العاصمة والمدن الكبرى ، ولا تعتمد على مراسلى الأقاليم بالرغم من أهمية الأخبار التى قد تهم هذا القطاع الكبير من الوطن .

ولكن تعتمد الإذاعة على ما يصل إليها من نشرات ودوريات تصدرها إدارات العلاقات العامة أو إدارات هيئة الإستعلامات ، وبالطبع لا تهتم الإذاعة بالأقاليم إلا فى حالة زيارة شخصية بارزة لهذا الإقليم فترسل مراسلا ليوافيها بالأخبار عن تلك الأحداث التى تقع هناك .

٥- المراسل الحربى أو العسكري : تعتمد الإذاعة اعتمادا كبير للغاية على المراسل الحربى أو العسكرى فى وقت الحرب نظرا لقيامه بمهام صعبة يصعب على أى مراسل القيام بها ، ذلك أنه يكون وسط القوات المتحاربة يغطى حدثا وقع أو أحداث تقع ، وكم من مرة تعرض العديد من المراسلين العسكريين للإصابة وفى بعض المرات للموت أيضا .

ولا يمكن أن ننسى دور المراسل العسكرى الذى قام بتغطية أحداث أكتوبر ١٩٧٣ سواء عن طريق الراديو أو عن طريق التليفزيون مما كان له أكبر الأثر فى رفع معنوية الشعب المصرى كله وهو يشاهد قواته تعبر قناة السويس دون خسائر جسيمة وترفع بكل قوة وعزة علم مصر عاليا فوق أرض سيناء فلولا هؤلاء المراسلون العسكريون لما استطاع شعبنا مشاهدة أعظم لحظات العمر فى عبور قواتنا المسلحة قناة السويس .

وتنتهى مهمة المراسل العسكرى بالطبع بإنتهاء الحرب لأن عمله هو نقل المعلومات العسكرية وتبسيطها للمواطن العادى حتى يفهمها كل شخص .

ثانياً : قسم الإستماع السياسي

يعتبر قسم الإستماع السياسى أو الرصد الإذاعى **Monitoring** من أهم مصادر الأخبار التى تعتمد عليها الإذاعة المصرية فى الحصول على المعلومات والأخبار الخارجية التى تذيعها مختلف إذاعات العالم .

ولذا فإن أى إذاعة لا تخلو أبدا من قسم الإستماع السياسى نظراً لما له من أهمية قصوى ، يقوم اولا بالإستماع إلى جميع محطات الإذاعة الكبرى والموجهة لأنها تعتبر المصدر الرئيسى لأخبار دول تلك الإذاعات والمعبرة فى نفس الوقت من اتجاهات وآراء الدولة فى هدف من الأهداف أو مشكلة دولية من المشاكل .

بالإضافة إلى ذلك نجد أن هذا القسم من الأهمية بمكان بحيث ينقل الإتجاهات والآراء والأخبار الهامة للمسئولين حتى يكونوا على علم بجميع الأخبار العالمية التى تذيعها تلك الدولة .

بداية الإستماع السياسي :

تعود بداية أقسام الإستماع السياسى إلى سنوات الحرب العالمية الثانية حينما كانت الحرب الإذاعية على أشدها بين دول المحور ودول الحلفاء أو بين نظام (جوبلز) والنظم الإذاعية الأخرى ونستطيع أن نقول أن نظام (جوبلز) قد نجح فى بداية الحرب فى خفض الروح

المعنوية للحلفاء نظرا لما كان يذيعه من معلومات تثبط همة قوات الحلفاء التى كانت تخصص أفراد للإستماع .

وبدأت هيئة الإذاعة البريطانية هى الأخرى فى ارسال البرامج الخاصة بقوات المحور وخاصة فى شمال أفريقيا لخفض الروح المعنوية للقوات الإيطالية هناك .

وبالفعل فقد تقدم قسم الإستماع السياسى التابع لهيئة الإذاعة البريطانية حتى أنه أصبح من أحسن أجهزة الإستماع فى العالم ونظرا لأن العمل فى هذه الأقسام يتطلب الدقة وحسن الإستماع إلى البرامج فقد شغل قسم الاستماع السياسى البريطانى قصرا كبيرا من قصور القرن التاسع عشر وسط مزرعة كبيرة تبلغ ١٢ فدان لكى يكون بعيداً عن المؤثرات الإليكترونية وغيرها مما قد يؤثر على عملية الإستماع.

وهذا القصر موجود فى مدينة ريدنج **Reading** على بعد ٤٠ ميلا من لندن ويسمى قصر حديقة كافرشام **Coversham** وعدد العاملين به ٤٠٠ موظف.

أما بداية إنشاء قسم الاستماع السياسى بمصر فيرجع إلى عام ١٩٤٧ حينما طلبت وزارة الخارجية بصفة غير رسمية من الإذاعة

المصرية الإستماع إلى كل ما يذاع عن الأسرة المالكة فى ذلك الوقت فى افذاعات الأجنبية

ولكن مع قيام حرب فلسطين عام ١٩٤٨ تمكن قسم الاستماع السياسى من القيام بمهمته الأساسية وهى الاستماع إلى الأخبار والأحداث الهامة وتسجيلها وارسالها للمسئولين . وبالطبع كانت البداية متواضعة من حيث الإمكانيات لكن مع تطور الزمن ذات هذه الإمكانيات وذات كفاءة القائمين بهذا العمل .

وقسم الاستماع السياسى بجانب وجوده فى الإذاعة ، نجد أنه من أهم الأقسام فى الصحف ، وكما أن الإذاعة المصرية كانت أولى الإذاعات العربية التى تنشئ مثل هذا القسم فى العالم العربى .

فإن الصحافة المصرية هى الاخرى كانت سابقه إلى إنشاء مثل هذه الأقسام فى صحفها فى منتصف الأربعينات وأول هذه الصحف كانت صحيف (المصرى) التى دأب الأستاذ ميخائيل عزيز رئيس قسم الاستماع السياسى فى أخبار اليوم بعمل تجارب للتصنت على إذاعات العالم وذلك من خلال جهاز مورس البسيط التركيب ثم تبعتها مؤسسة أخبار اليوم فى أوائل الخمسينات ثم مؤسسة الأهرام التى أصبح لها شأن كبير فى هذا المجال .

ولعل من أبرز وظائف قسم الاستماع السياسى ما يلى :

١- يعتبر القسم من ابرز مصادر الأنباء للإذاعة فهو دائم الاستماع إلى الإذاعات الكبرى والموجهة .

٢- القسم بمثابة عين الناقد التى من خلالها ترى الدولة أصدقائها وأعدائها .

٣- يقوم القسم بنقل الأخبار والمعلومات الهامة إلى المسئولين لكى يكونوا على علم بها ودراية بالأخبار العالمية التى تذيعها إذاعات تلك الدول

٤- لا يقتصر وظيفة قسم الاستماع على مجرد تسجيل الأخبار السياسية ولكنه يعتبر بمثابة سجل لمعرفة حياة وتاريخ دول معينة ، فالحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية تعكسها تلك الإذاعات ويظهر ذلك واضحا فى لإذاعات الدول النامية .

" أسس نجاح أقسام الاستماع السياسى "

نظرا لأهمية هذه الأقسام فى الإذاعات والصحف ، كان لابد أن يقوم به :

١- موظفون على درجة كبيرة من اليقظة . ونقصد بها اليقظة الإخبارية . أو بمعنى آخر الإدراك الحسى لبعض الأخبار ، وذلك

حتى لا تفوته أقل هفوة من النشرة الإخبارية لدولة من الدول أو تحليل من التحليلات السياسية التى يحصل من خلالها على معلومات تفيد الدولة .

٢- بالإضافة إلى ذلك التيقظ الدائم ؛ لابد من المام العاملين بذلك القسم باللغات الأجنبية حتى لا تفوتهم كلمة من الكلمات التى يصعب عليهم فهمها ، صحيح أنه يتم تسجيل النشرات والتحليلات الإخبارية والاستماع إليها مرة ومرات ولكن لابد أن يكون مستمع النشرة على علم تام بكل مفردات ومعانى اللغة التى يستمع إليها .

٣- قدرة هؤلاء الموظفين على تحليل هذه الأخبار والمعلومات ومعرفة الأخبار التى تكون أخبارا فعلية أو شائعات فى صورة أخبار.

٤- معرفتهم بالناحية الفنية للجهاز الذى يستمعون إليه حتى إذا حدث له أى تشويش أمكنهم أن يقوموا بضبط الجهاز حتى يكون فى أحسن صورة .

٥- معرفة القائمين بالعمل بأصول فن الترجمة ، وليست الترجمة هى نقل كلمة من مكان كلمة أو لفظ مكان لفظ ، وإنما هى ترجمة معانى لغة إلى لغة أخرى .

فالقائم بالاستماع لابد أن تتوافر له المعلومات الكثيرة فى مختلف فنون وأشكال المعرفة ، فلابد من معرفة معانى علوم

التكنولوجيا والفن والسياسة والأدب والتجارة وغيرها من الفنون وهذا ما يساعد على ما سبق أن أشرنا إليه ، ألا وهو اتقان اللغات الأجنبية لأن إتقان اللغة يجعل الشخص يعرف معنى الكلمات التى يترجمها ، ويحسن نقلها إلى لغته .

٦- التميز بسرعة الحركة والجدية فى العمل وسرعته الفورية بحيث يكون قادرا على تمييز الأخبار الهامة والضرورية من تلك غير الهامة حتى يمكن أن يعطى رئيس الدورة الخبر الهام ، ويرسله إلى غرفة التحرير ثم إلى الميكرفون بسرعة .

٧- الصدق في نقل الخبر بمعنى أن يكون صادقا فى ترجمة الخبر .

٨- أن يكون مؤهلا تأهيلا جامعيا وأن يكون مثقفا ومطلعا كلما كان أقرب إلى العالم السياسى وقضايا الدول السياسية وغيرها ، لذا لابد من الاهتمام بتعيين خريجين على مستوى جيد والأفضل الإفادة بخريجى كلية الإعلام .

٩- أن يكون له حس سياسى ويعلق الاستاذ المصرى على هذا الحس بأنه مدى قدرة القائم بالعمل على ان يعيش فى خضم المشاكل السياسية وقدرته على التحليل والتعليق واستخلاص النتائج .

وذلك بطبيعة الحال لا يمكن أن يتوافر إلا إذا كان لدى العامل خلفية سياسية كبيرة . ويتصل بالحس السياسى أن يكون لديه وعى سياسى يستطيع أن ينقل المسائل السياسية كما استمع إليها

١٠- المداومة على القراءة والإطلاع حتى يكون شخصية ثقافية لها وزنها

١١- أن يتصف بحضور البديهة

١٢- لابد من المام العاملين باللغات الأجنبية حتى لا تفوتهم كلمة من الكلمات التي يصعب فهمها ، ويجب تسجيل النشرات وتحليلها والاستماع إليها مرة ومرات .

ولكن لابد من أن يكون مستمع النشرة على علم كامل بمفردات اللغة التي يستمع إليها لأن في اللغات الكثير من المعاني للكلمة الواحدة ، وعلى ذلك فلابد أن يكون على مقدرة عالية من معرفة اللغة ومن ترجمة هذه اللغة إلى لغة بلده .

وترجمة الأخبار تختلف إختلافا كبيرا عن ترجمة الشعر أو الأدب أو القصة ، فمترجم الأخبار الناجح هو الذي يصل إلى أقرب نقطة من الإلمام العقلي الواعي المدرك لظروف الحادث .

وكما سبق القول فإن على القائمين بالاستماع أن يتميزوا بالحس المرهف لكل الأخبار الجديدة والتطورات المفاجئة .

والقدرة على تحليل الأخبار والمعلومات ومعرفة ما إذا كانت الأخبار أخبارا حقيقة أم أنها مجرد شائعات في صورة أخبار .

الخدمات المختلفة التى يقدمها قسم الاستماع :

يقوم القسم بالاستماع من الساعة السادسة صباحا حتى الساعة الثانية بعد منتصف الليل أى فترة عشرين ساعة مقسمة هذه الفترة إلى أربع دورات مدة كل دورة ٥ ساعات ولكل دورة من المحررين كما أن رئيس تحرير كل دورة يتسلم عمله فى بداية الدورة فتقسم الدورات كالآتى :

٦- ١١ صباحا

١١- ٤ ظهرا

٤- ٩ مساءا

٩-٢ صباحا

ويتم الاستماع فى كل دورة إلى عشرين محطة إذاعة يخصص كل فرد للإستماع إلى محطة إذاعية ويكون حاصل المجموع ٣٠ محطة لأن كل دورة بها ٦ محررين وإذا ما أنتهى ارسال محطة ما ينقل العامل إلى محطة أخرى يتقن لغتها وهكذا تتوالى الدورات فى قسم الاستماع السياسى ويقوم بتوزيع العمل على المحررين الستة رئيس الدورة أو رئيس التحرير وإذا ما تأخر أحد العاملين أو حدث له طارئ يقوم رئيس الدورة بالاستماع إلى الإذاعة الموطدة بالعامل الغائب .

ويتم التوزيع على المحطات حسب الامكانيات الموجودة وعدد العاملين فى القسم ولقسم الاستماع طبيعة خاصة وهو أنه دائم الاهتمام والجرى وراء الأحداث وربما يكون ذلك سببا فى تتبع الدولة عن طريق إذاعتها لمدة قد تطول وقد تقصر حسب أهمية الحدث ويصرف العامل النظر عن الاستماع إلى بعض المناطق الباردة أو ما يطلق عليها Dead Zone والذى يحدد ذلك بطبيعة الحال هو الحس السياسى للموظف الإذاعى داخل الكبينة .

وترجع أهمية أقسام الاستماع السياسى إلى اكتشاف عدد من الإذاعات السرية التى تم توجيهها إلى مصر عقب نجاح ثورتها فى عام ١٩٥٢ وهذه الإذاعات تبدو للمستمع وكأنها تذيع من بلده وتعمل لمصلحته وذلك لأنها تستخدم مواجت الإذاعة المحلية فى الفترات التى يتوقف فيها الارسال وهى توحى للمستمع أنها تعمل من أجل حريته واستقلاله أو من أجل هدف يسعى إليه .

ولذا فإن الاستماع السياسى مراكز للإستماع من أهميتها مركز استماع فى مرسى مطروح لمتابعة الإذاعات الموجهة سواء الأجنبية أو العربية .

٥-الإذاعات الدولية الموجهة للعالم العربي .

يعد العالم العربي من المناطق التي تتركز عليها الإذاعات الدولية نظرا لأهميته على المستوى الدولي ، بالإضافة إلى تصارع القوى عليه ، ونظرا لأن الإذاعات الدولية وسيلة من وسائل السياسات الخارجية للدول فقد تأثرت هذه الإذاعات بالسياسات التي تخدمها بشكل أو بآخر رغم ادعاء بعضها أنها تسعى للموضوعية والعرض الدقيق للوقائع .

إلا أن تحليل مضمون ما تذيعه هذه الإذاعات يقول عكس ذلك غاية الأمر أن هذه الإذاعات اكتسبت خبرة طويلة في ممارستها بالإضافة إلى إمكانياتها البشرية والمادية والتكنولوجية ، مما جعلها تنقل الخط الدعائي بشكل محكم ومغلف ، وكثيرا ما يجد أثره لدى المستقبلين على عكس الحال بالنسبة للإذاعات الموجهة إن وجدت - في عدد من الدول النامية حيث تنقصها الخبرات والإطارات مما يقلل من أثرها لدى المستقبلين لها .

وهناك العديد من الإذاعات الدولية الموجهة للعالم العربي ، وسنركز هنا على أهم هذه الإذاعات وهي الإذاعة البريطانية BBC

وصوت أمريكا وإذاعة مونكو وإذاعة مونت كارلو وإذاعة اسرائيل الموجهة باللغة العربية .

** هيئة الإذاعة البريطانية **

بدأت الإذاعة البريطانية فى توجيه إذاعات باللغات الأجنبية عام ١٩٣٨ وذلك باللغات العربية والأسبانية والبرتغالية ثم الفرنسية والألمانية والإيطالية أى أن القسم العربى فى هيئة الإذاعة البريطانية قسم ينشئ للغة غير الإنجليزية وأنشأ فى أول الأمر لمواجهة الدعاية الإيطالية والألمانية الفعالة وكان ذلك قبل قيام الحرب العالمية الثانية وكان الهدف من هذه الخطة إيجاد رابطة بين بريطانيا الاستعمارية ومستعمراتها العربية .

ولا زالت بريطانيا تهتم بالقسم العربى فى الإذاعة البريطانية ، حتى الآن ولذلك فهو يحتل المرتبة الثانية من حيث الاهتمام بع الخدمة الدولية لهيئة الإذاعة البريطانية باللغة الإنجليزية .

ويقدر المستمعون لهذه الإذاعة بالملايين فى العالم ، ويزيد من أهميتها أن العرب يتمتعون بخصائص معينة منها : عادة الاستماع للإذاعات الأجنبية وفى مقدمتها هيئة الإذاعة البريطانية ويساعد على

ذلك خصائص وسائل الإعلام العربية وسعى المواطن العربى للحصول على أكثر من رأى وأكثر من موقف وقد لا يجد ذلك فى وسائل الإعلام العربية بالإضافة إلى مضمون البرامج واعتمادها على خبرات عملية ذات مران طويل كما أنها تضع الفرد العربى فى قلب الأحداث من خلال الرسائل الحية التى تذيعها لمراسليها من مختلف أنحاء العالم ، واستعانتها بالخبراء والمتخصصين فىالشئون الدولية وإذاعتها العديد من البرامج السياسية والترفيهية والثقافية والاجتماعية بل مراعاتها للدين الإسلامى وذلك بإذاعة بعض الآيات القرآنية ويلاحظ أنها تستعين بفريق من العرب الذين يتولون العمليات الاذاعية

وقد كانت مغامرة السويس ١٩٥٦ مؤشرا للحكم على مدى موضوعية هذه الإاعة من عدمه فقد أثبتت هذه الإذاعة أنها كانت ولا زالت أداه من أدوات السياسة البريطانية وقدمت كا ما فى وسعها للفاع عن السياسة البريطانية فى ذلك الوقت .

وبين وقت وآخر وجهت حملات ضد هذه الإذاعة فى بعض الدول العربية بل وصل الأمر إلى حد الدعوة لمقاطعتها ومناشدة المذيعين العرب بالتخلى عن أعمالهم فيها كما أنها كثيرا من تتعرض لأعمال التشويش نظرا لتشويهها للوقائع أو تغلب وجة نظر على آخرى بشكل مموه .

ورغم وجود إذاعة صوت أمريكا باللغة العربية فإن المستمع العربى لازال يولى اهتمام أكبر بالإذاعة البريطانية باللغة العربية بحكم تعوده على ذلك ، بالإضافة إلى الدور التاريخى التقليدى لهذه الإذاعة فى المنطقة حيث أنها اقدم من إذاعة صوت أمريكا الموجهة باللغة العربية

**** إذاعة صوت أمريكا ****

توجه إذاعة صوت أمريكا خدمة باللغه العربيه إلى العالم العربى وفى جزيرة رودس يوجد جزء من الأفراد الذين يعملون فى إذاعة صوت أمريكا الموجهة للعالم العربى وتعد هذه الإذاعة من أكبر أجهزة الدعاية الأمريكية .

ويلاحظ أن تغطية هذه الإذاعة للأنباء العالمية ، بالإضافة إلى التعليقات والتحليلات تعكس السياسة الخارجية الأمريكية ، ويمكن القول أن إلتزامها بالسياسة الأمريكية أكثر وضوحا من إلتزام هيئة الإذاعة البريطانية بالسياسة البريطانية ويؤخذ فى الاعتبار الدور الدولى للولايات المتحدة كأكبر قوة فى العالم .

وتتبع إذاعة صوت أمريكا هيئة استعلامات أمريكا والأخيرة بدورها على علاقة وثيقة بالمخابرات الأمريكية .

ويذيع صوت أمريكا ٤٩ ساعة اسبوعيا باللغة العربية بينما يلاحظ أن الاتحاد السوفيتى هو الهدف الأول لهذه الإذاعة أن توجه إليه برامج لمدة ١٦٨ ساعة أسبوعيا وهذا يشمل البرامج الموجهة لدول البلطيق وجمهوريات جورجيا وأكرانيا وازبكستان وارمينيا بلغاتها المحلية ويلى ذلك اللغة الصينية حيث يذاع بها لمدة ٧٠ ساعة أسبوعيا واللغة الفيتنامية لمدة ٥٦ ساعة أسبوعيا .

أما الإذاعة الموجهة بالأسبانية فتذاع لمدة ٤٩ ساعة أسبوعيا أى مثل اللغة العربية أما دول أوروبا الشرقية بأستثناء الاتحاد السوفيتى فتوجه إليها الإذاعات لمدة ٨٧ ساعة و ٣٠ دقيقة أسبوعيا .

ويلاحظ أن أكبر بث إذاعى من صوت أمريكا الموجه إلى كل أجزاء العالم تقريبا يتم باللغة الإنجليزية ويبلغ ٢٢٢ ساعة أسبوعيا ويسمع جزء منه فى الاتحاد السوفيتى وأوربا الشرقية .

وتبين هذه الأرقام تركيز صوت أمريكا على دول الكتلة الشيوعية ويلى ذلك الإذاعات الموجهة بالعربية والأسبانية عكس هيئة

الإذاعات البريطانية حيث أن الإذاعة العربية تحتل المرتبة الأولى بين الإذاعات الدولية بعد الخدمة الدولية باللغة الإنجليزية ويرجع ذلك بطبيعة الحال إلى الدور العالمى للولايات المتحدة كقوة كبرى وتصارعها مع الاتحاد السوفيتى .....

وقد قال السيد / سيربان فاليمارسكو **Serban Vallimarescu** نائب مدير إذاعة صوت أمريكا ردا على سؤال خاص بمدى تاثير الوفاق على سياسة صوت أمريكا فقال بينما لا يوجد تغيير فى سياسة صوت أمريكا فقد طرأت بعض التغيرات فى تكنيكات الإذاعة .

وقد جاء فى تقرير اللجنة الرئيسية الخاصة بالإذاعات الدولية The Presidential study Commission on International Radio Broadcasting الذى نشر عام ١٩٧٣ .

إن وظيفة صوت أمريك تختلف عن راديو أوربا الحرة - الموجهة لدول أوربا الشرقية وراديو الحرية - الموجه للاتحاد السوفيتى - فصوت أمريكا يعد الصوت الإذاعى الرسمى لحكومة الولايات المتحدة الأمريكية وتحتوى برامجه على قليل من المعلومات عن التطورات الداخلية فى الدول الموجه إليها .

أما راديو أوربا الحرة وراديو الحرية فيقدم كل منهما للمستمعين في هذه الدول المعلومات والاتجاهات والمواقف داخل بلادهم والتطورات الدولية التي تهم هؤلاء المستمعين .

ويعد هذا سببا يفسر اقبال المستمعين في الدول العربية بشكل أكبر على هيئة الإذاعة البريطانية حيث أن حدة الموقف الرسمي غير واضحة في هيئة الإذاعة البريطانية إذا قورنت بإذاعة صوت أمريكا

**** إذاعة موسكو ****

تعد الرسائل الإعلامية الثورية السوفيتية أول رسائل من نوعها يتم تسجيلها في تاريخ الدعاية اللاسلكية وبذلك بدأ راديو مجلس قوميساري الشعب عهدا جديدا في ٣٠ أكتوبر و ١٢ نوفمبر بالتقويم الجديد ١٩١٧ ، واتخذ ذلك أيضا طابعا دوليا فقد عمل على أن يصل إلى الثوريين في أوربا ولا سيما العمال ، وفي مناسبات نادرة كانت هذه الرسائل الدعائية توضح باللغات الأجنبية .

ومنذ ١٩٢٩ كان يذاع بانتظام من اذاعة موسكو بالألمانية والفرنسية ومنذ ١٩٣٠ باللإنجليزية والبولندية ، وكان ذلك يسير في

إطار السيطرة الصارمة للجنة المركزية الحزب الشيوعى على الإعلام إذ اعتبر لينين أن الراديو صحيفة بلا ورق وبلا حدود ولذلك كان الاهتمام بدور الراديو فى النظام الشيوعية .

وقد تطور حجم الإذاعات الدولية فى الاتحاد السوفيتى ففى عام ١٩٤٨ أذاع الاتحاد السوفيتى للخارج حوالى ٢٨٠ ساعة أسبوعيا وفى عام ١٩٧٣ أذاع للخارج حوالى ١٩٥٠ ساعة أسبوعيا وتوجد فى الوقت الحالة برامج موجهة به ٨٤ لغة

وفى عام ١٩٧٠ قدرت موازنة الإذاعات الدولية السوفيتية بـ ٦٢ مليون روبيل مما يوضح ضخامة الاتفاق الموجهة للدعاية الدولية

وتعد إذاعة موسكو الموجهة باللغة العربية الهامة التى تركز عليها الدعاية السوفيتية وقد أهتم السوفيت بدور الإذاعة باللغة العربية ولا سيما عندما زادت أهمية العالم العربى فى السياسة السوفيتية ، وقد جاء ذلك فى أعقاب استقلال الدول العربية وتطور هذا الاهتمام مع تطور العلاقات السوفيتية العربية .

وتعانى إذاعة موسكو الناطقة بالعربية كغيرها من الإذاعات الدولية السوفيتية من نقص فى عدد مستقبليها باستثناء الشيوعيين فى العالم العربى وهم يشكلون نسبة ضئيلة .

وتتميز الإذاعات الدولية السوفيتية كغيرها من الإذاعات الشيوعية بأنها تكاد تكون ترجمت بشكل أو بآخر للإذاعات الداخلية أى الموجهة داخل هذه الدول فتذيع البيانات والقرارات والتعليقات الطويلة والمميزة بالألفاظ الأيدلوجية والشعارات الشيوعية دون الأخذ فى الاعتبار خصائص مستقبليها وكيف أنهم يختلفون عن المستقبل الشيوعى داخل النظم الشيوعية ومن هنا كانت مشكلة هذه الإذاعات أنها تعانى من نقص فى التصديق .

كما أن إذاعة موسكو الناطقة بالعربية كغيرها من الإذاعات الدولية الشيوعية يغلب فيها التعليق على الخبر كما أن أخبارها لا تقسم بالسبق المختلفة وفى هذا الاطار تدس البرامج السياسية المباشرة وغير المباشرة التى تخدم السياسة الإسرائيلية .

٦- التخطيط للاذاعات الموجهة :

إن عملية إنشاء إذاعة موجهة ناجحة ليست أمراً هيناً وميسوراً كما قد يتصور البعض ، كما أن إرتفاع عدد الأذاعات الموجهة فى عالمنا اليوم ليس دليلاً على نجاحها . فكثيرة هى تلك الاذاعات التى توجه ارسالها صباح مساء لمخاطبة جماهير أجنبية ... ولكن كم منها يلقى قبولاً لدى الجماهير .

وإذا كان التخطيط لوسائل الاعلام على المستوى المحلى أمراً ميسوراً – بعض الشئ – فإن الامر مختلف تماماً حين يتعلق بالاذاعات الموجهة التى تعمل على المستوى الدولى ، فتلك الاذاعات – عادة – تخاطب جمهوراً أجنبياً غريباً عنها ، أو فى أحسن الاحوال يعيش فى بئية مختلفة . ويقاس نجاح الاذاعة بمدى قدرتها على النفاذ إلى الجمهور المستهدف والتأثير فيه وفق خطط وأهداف محددة ومخطط لها مسبقاً .

وبإختلاف نوعيات الجماهير التى تسعى الاذاعة الموجهة لمخاطبتها والتأثير فيها ، واختلاف الظروف التى تعمل الاذاعة فى ظلها – كحالات السلم والحرب – تختلف طبيعة الاذاعة

الموجهة ، وأساليب مخاطبتها لتلك الجماهير ، وكيفية صياغة وتخطيط برامجها ، واختيار العاملين فيها والمهام الموكلة لكل منهم.

لذا فإن الدول والمنظمات المختلفة لاتنشئ اذاعاتها الموجهة بشكل عفوى ، وانما بتخطيط مسبق دقيق وواضح يقوم على أساس دراسة وبحث الجماهير والتعرف على أنماطها وأذواقها وعاداتها فى الاستماع ، ومدى تعرضها لوسائل الاعلام الاخرى إضافة إلى دراسة إمكانيات الاذاعة سواء من الناحية الفنية أو البشرية .

... وهكذا فإن التخطيط للعمل فى الاذاعة الموجهة يخضع لعدد من الاسس التى تصاغ فى ضوئها الرسالة الاعلامية ، ويتحدد الشكل الفنى الذى تقدم به . ويمكننا أن نحدد تلك الاسس فيما يلى :

- تحديد الجمهور المستهدف ودراسته .
- تحديد اللغة التى سيتم البث بها .
- تحديد ساعات الارسال والتوقيت المناسب للبث .

- إختيار القائم بالاتصال .
- تحديد مضمون البرامج .
- مراعاة عناصر المنافسة الاخرى .
- مراعاة عوامل الجذب للاذاعة .

١ - تحديد الجمهور المستهدف ودراسته :

إن أى عمل إذاعى يمكن الحكم عليه من خلال قدرته على الوصول إلى أكبر قدر من الجمهور المستهدف . ومن هنا كانت دراسة جماهير المستمعين والتعرف عليهم أهم مفاتيح النجاح لأية إذاعة . ويزداد الامر أهمية وحيوية حين يتعلق بالاذاعات الموجهة ، وذلك أن الجمهور المستهدف لها - فى الغالب - جمهور اجنبى غريب لاتربطه بالعاملين بالاذاعة روابط ثقافية وفكرية ووجدانية مشتركة .

وتولى الاذاعات الموجهة من الدول الكبرى إهتماماً كبيراً بإجراء بحوث الاستماع على جماهير مستمعيها فى جميع أنحاء العالم ، وتهتم بإقتراحاتهم وطلباتهم ، وتُعدل بناء عليها من

برامجها وأساليب تقديمها . ومن ثم تخطط الاذاعات برامجها وفق أسس ثابتة ومحددة ، وبناء على دراسة متعمقة لمستمعيها .

وتشكل عملية دراسة وقياس جماهير الاذاعات الموجهة مهمة غاية فى الصعوبة ، نظراً لما تتطلبه من امكانيات ضخمة مالياً وبشرياً وفنياً تنوء بحملها اذاعات الدول الصغيرة التى تظل - تعلم فى الظلام - مسترشدة ببعض ما قد يصلها من خطابات من بعض مستمعيها ، تحمل طلباتهم ومقترحاتهم وآرائهم فى برامجها ... وهو أمر لايمكن إعتباره - بأى حال - ردود فعل حقيقية أو مؤشرات صحيحة على مدى نجاح الاذاعة وشعبيتها .

٢ - تحديد اللغة التى سيتم البث بها :

تسعى الاذاعات الموجهة إلى الوصول لمستمعين مستهدفين فى مناطق معينة من العالم . ويشكل اختيار اللغة ملائمة لمخاطبة تلك المناطق عائقاً رئيسياً أمام تلك الاذاعات . إذ أن نجاح الاذاعة فى إختيار اللغة الملائمة يعد عاملاً هاماً فى تحديد كم أولئك الذين سوف يستمعون اليها ومن ثم يتأثرون بها . وفى حالات كثيرة

تواجه بعض الدول تلك المشكلة حين تريد التوجه باذاعاتها إلى مناطق بعيدة يتحدث أبناؤها العديد من اللغات واللهجات المختلفة .

ويكون التساؤل بأى اللغات نبدأ ؟! فالبعد الافريقى لمصر ، وإنتماؤها للقارة الافريقية جعلها تهتم وبشكل رئيسى بتوجيه اذاعاتها لمخاطبة الشعوب الافريقية ... ولكن تعدد اللغات واللهجات التى تتحدث بها تلك الشعوب كان عائقاً وعبئاً كبيراً على الاذاعات المصرية الموجهة ، حيث توجه مصر اذاعات لافريقيا بأكثر من إحدى عشرة لغة مختلفة !!

ثم إن إختلاف اللغات يشكل عائقاً آخر أمام نجاح الاذاعات الموجهة ، ذلك أن اللغة ليست - فى حقيقتها - مجرد أداة للاتصال فحسب ؛ بل إنها أداة للتعايش . ولكل لغة تعبيراتها ومصطلحاتها ومعانياة الدلالية التى لا يفهمها سوى أصحابها مهما توفرت للآخرين إمكانية دراستها . وكثيراً ما تنجم مشكلات عديدة نتيجة للتباين الدلالى للكلمات والمعانى التى تبثها الاذاعات الموجهة خارج الحدود .

وتتغلب الاذاعات الموجهة على ذلك باستخدام مذيعين ومقدمى برامج من أبناء الدول التى توجه اليها ارسالها وذلك ضماناً لتحقيق أكبر قدر من المشاركة الوجدانية مع الجمهور المستهدف الا أن هذا أمر يتطلبه اعتمادات مالية ضخمة لاتتوفر لكل الاذاعات الموجهة .

٣ - تحديد ساعات الارسال والتوقيت المناسب للبث :

ينبغى أن يقوم المخططون للعمل الاذاعى الموجه باجراء دراسات متعددة لقياس أفضل فترات الاستماع لدى الجمهور المستهدف بحيث تختار الاذاعة أفضل تلك الاوقات التى يمكن لها أن تبث رسالتها . ويراعى فى ذلك فروق التوقيت بين الدولة الباثة والمناطق المستهدفة . كما يراعى مواعيد بدء وانتهاء الارسال الاذاعى للخدمات المحلية فى تلك المناطق والخدمات الاذاعية الاخرى المنافسة على الوصول إلى نفس الجمهور .

ويعد قرار تحديد ساعات الارسال الموجهة لكل لغة قراراً فوقياً تقوم به السلطات العليا المشرفة على الاذاعة سواء كانت

الدولة أو الحزب أو المؤسسة التجارية وقد أثبتت التجارب أن ثمة علاقة طردية بين تدهور العلاقات السياسية بين الدول المختلفة وارتفاع ساعات الارسال للاذاعات الموجهة فيما بينها . وحتى وقت قريب كانت الاذاعات الموجهة بين دول الكتلتين الغربية والشرقية مؤشراً وبارومتراً لقياس العلاقات فيما بينهما . فالدول الصديقة والحليفة لاتوجه اذاعاتها إلى بعضها البعض ، وفى عام ١٩٦٨ أوقفت هيئة الاذاعة البريطانية ارسالها الموجه باللغة العبرية ، وقدمت أسباباً لذلك جاء فيها : أن الاسرائليين يرفضون الاستماع إلى الاذاعات الموجهة اليهم بالعبرية ، واذا ارادو الاستماع لاذاعات أجنبية فانهم يفضلون تلك التى تتحدث بلغات أجنبية ذلك أن معظمهم ينتمون إلى أصول اوربية ويجيدون تلك اللغات ، وقد علق مسئول فى هيئة الاذاعة البريطانية على وقف الارسال بالعبرية بقوله « انه لاتوجد لبريطانيا مصالح فى اسرائيل تستدعى ان تكون لها اذاعة موجهة بالعبرية » .

٤ - إختيار القائم بالاتصال :

قلنا أن خلق المشاركة الوجدانية بين الجمهور المستهدف والعاملين بالاذاعة الموجهة يعد عاملاً هاماً من عوامل نجاحها ... ومن هنا تتبع أهمية اختيار أولئك الذين يعدون ويقدمون البرامج . ولقد كانت الاذاعات الموجهة من بريطانيا سباقة إلى استخدام مذيعين ومقدمى برامج من أبناء الدول التى توجه اليها ارسالها ، كما استخدمت الاذاعة اليابانية عدداً من أسرى الحرب من دول الحلفاء - أبان الحرب العالمية الثانية - وذلك لاعداد وتقديم برامجها الموجهة إلى تلك الدول . وقد أخضعتم - بالطبع - لرقابة شديدة .

ويساعد هذا الإسلوب على زيادة درجة مصداقية الاذاعة ، ذلك أن المصدر الذى يشترك مع المستقبل فى الاتجاهات والآراء يصبح أكثر مصداقية لديه .

وربما يظن البعض أن أولئك الذين تستخدمهم الاذاعات الموجهة من أبناء الدول المستهدفة لايشترط فيهم أن يكونوا من العاملين فى مجال العمل الاذاعى أو من المتخصصين كما يحدث

فى الاذاعات الموجهة من الدول النامية . وهذا خطأ . ذلك أن الاذاعات الموجهة ولاسيما من الدول الكبرى تستقطب للعمل فيها متخصصين من ذوى الخبرات الاذاعية السابقة وتعد لهم دورات تدريبية مكثفة ، بل إن كثيرين منهم يكونون من كبار الاذاعيين فى بلدانهم بما يضمن أكبر قدر من النجاح لبرامجهم . فمذيعوا اذاعتى لندن ومونت كارلو الموجهتين باللغة العربية - مثلاً - يشكلون خليطاً من أبناء الدول العربية المختلفة ، وكثيرون منهم أمضوا سنوات طويلة أمام الميكروفون فى اذاعات بلدانهم .

وعلى العكس من ذلك نجد أن الاذاعات الموجهة من الدول النامية (ومن بينها الدول العربية) صوب الشعوب الاخرى تستخدم مذيعين ومقدمى برامج من أبناء الشعوب المستهدفة ، إلا أنهم يفتقرون إلى الخبرة الاذاعية ؛ ذلك أن معظمهم يكونون من طلاب المنح الدراسية فى جامعات الدولة صاحبة الاذاعة ، ومن أبناء الجاليات الأجنبية المقيمة فيها . وهم وإن توفر فيهم عنصر المشاركة الوجدانية مع المستمعين فان افتقارهم للمهارات الاذاعية اللازمة ينعكس سلباً على مدى تأثير تلك الاذاعات !!

٥ – تحديد مضمون البرامج :

تسعى كل اذاعة موجهة إلى تحقيق جملة من الاهداف وفق خطة مسبقة يجرى اعدادها بناء على دراسات مستفيضة لجمهور مستمعيها . وتتطلب عملية اعداد خريطة البرامج لاية اذاعة موجهة دقة متناهية وخبرة كبيرة ، ذلك أن أى خطأ فى الخطة قد يعصف بجهود الاذاعة ككل . ولايقتصر الامر على نوعية ما تقدمه الاذاعة من برامج ومواد فحسب، بل الاهم هو توزيع تلك البرامج على الخريطة الاذاعية ، ذلك أن أذواق المستمعين واستعداداتهم الذهنية للتلقى تختلف من فترة لاخرى . وقد أثبتت الدراسات ان حجم جمهور مستمعى أى برنامج اذاعي يتأثر بشكل مباشر بمدى شعبية البرنامج الذى يسبقه والبرنامج الذى يليه .

وقبل أن تضع الاذاعة خريطة برامجها لابد وأن يكون واضحاً أمامها دوافع الجمهور للاستماع اليها حتى تستطيع أن تتجاوب مع تلك الدوافع وتلبيها . فالمستمع للاذاعات الموجهة قد يسعى إلى ذلك لتغطية ما ينقصه فى اذاعاته المحلية ، ولعل هذا يفسر ارتفاع معدلات الاستماع للاذاعات الاجنبية فى أوقات

الحروب والازمات حين لاتقوى بعض الاذاعات المحلية على تقديم حقائق الاحداث لسبب أو لآخر . وحين يشعر المستمع أن إذاعته المحلية لا تقدم وجهات نظر معقولة ومقنعة لتغطية الاحداث ، ولاتعكس الاوضاع السياسية والاقتصادية السائدة في مجتمعه بصورة حقيقية فإنه يسعى للحصول عليها من مصادر اجنبية تكون الاذاعات الموجهة من أهمها . فكلما زادت إجراءات الرقابة على وسائل الاعلام الوطنية زاد معها الاقبال على الاذاعات الموجهة . وتسعى الاذاعات الموجهة من الدول الكبرى صوب الشعوب الاخرى إلى اللعب على هذا الوتر المهم والحساس حين تقدمه على المستمع من المواد والبرامج والاخبار التي لايجد لها مثيلاً في وسائل إعلام المحلية ، وتحدثه عن أوضاع بلاده – بصراحة ووضوح – أكثر عشرات المرات مما تقدمه وسائل اعلامه المحلية ، وحتى وقت قريب كانت إذاعتا راديو الحرية وأوربا الحرة الموجهتان من الولايات المتحدة الامريكية لمخاطبة السوفيت تحظيان بمعدلات استماع عالية ، وقد لجأت هاتان الاذاعتان – في سبيل ارضاء المستمع السوفيتي – إلى تقديم بعض نماذج من الشعر والقصص والمقالات والمؤلفات

لكتاب سوفييت من أولئك الذين تحرم السلطات السوفيتية نشر انتاجهم الادبى . ومن الامور التى يجب على المخططين للاذاعات الموجهة مراعاتها ، ألا تكون الاذاعة الموجهة بوقاً للدعاية المباشرة للدولة أو الجهة المباشرة ، فتكيل المستمع مئات الاخبار والبرامج التى تتحدث عن الدولة الباثة ومنجزاتها وجوانب التقدم فيها دون أن تركز على ما يهم المستمع نفسه وما يتعلق ببلده وما يدور فيه من أحداث وتطورات .

وربما يكون هذا واحداً من أكبر أسباب ضعف وعدم انتشار الاذاعات الموجهة من دول الكتلة الشرقية ، والتى يغلب عليها الطابع الرسمى والدعائى بشكل كبير ومنفر اذا ماقيست بمثيلاتها الموجهة من دول الغرب .

والذى يستمع لاذاعة صوت اسرائيل الموجهة باللغة العربية يلاحظ أنها تولى أهتماماً كبيراً بإذاعة الاخبار العربية بصورة أكبر بكثير مما تقدمه من أخبار اسرائيلية .

٦ - مراعاة عناصر التنافس الاخرى :

يخطئ مخططو الاذاعات الموجهة اذا توقعوا أنهم الوحيدون في الساحة ، وأن الجمهور ينتظر وصول ارسالها اليهم بفارغ الصبر ، ذلك أن عالم اليوم الذى يحفل بالعديد من وسائل الاعلام الالكترونية وغيرها قد جعل الجمهور محاصراً برسائل اعلامية متتالية تتسابق جمعيها في الوصول اليه وشد انتباهه لبرامجها . ولقد أصبحت الاذاعة عبر الحدود الدولية حرباً حقيقية بين الدول المختلفة ، ولايتبسنى لاذاعة موجهة أن تحقق أهدافها وتصل إلى جمهورها بشكل مؤثر الا بمراعاة جهود وسائل الاعلام الاخرى سواء المحلية أو الاجنبية التى تنافسها فى الوصول إلى نفس الجمهور وفى نفس الوقت . ومن هنا فان واحدا من أهداف الاذاعات الموجهة هو محاصرة جهود الاذاعات الموجهة من الدول المعادية لها ، فالاذاعات الامريكية الموجهة تسعى أول ما تسعى إلى محاصرة جهود السوفييت لنشر أيديولوجيتهم وبسط نفوذهم فى العالم ، كما أنشأ البريطانيون اذاعتهم الموجهة باللغة العربية عام ١٩٣٨ - فى الاساس - لمحاصرة الجهود الدعائية للالمان والايطاليين فى المنطقة العربية .

... وهكذا فانه بدون مراعاة عناصر المنافسة الاخرى تكـون جهود الاذاعة الموجهة جهوداً ضائعة فى أغلب الاحيان ... ويثير هذا الوضع تساؤلاً هاماً مؤداه ما جـدوى الاذاعـات الموجهـة مـن الدول العربية ودول العالم الثالث لمخاطبة شعوب الدول الكبرى فى أمريكا وأوربا مثلا ؟ فهذه الاذاعات بما تملكـه مـن إمكانيـات فنية وبشرية متواضعة هل تستطيع أن تنافس وسائل الاعلام التـى تحصر المواطن الاوربى والامريكى صباح مساء ؟

وهذا تساؤل هام ينبغى ان يجيب عليه أولئك الذين يخططـون لتوجيه اذاعـاتهم للشعوب الاوربيـة والامريكيـة المتقدمـة والتـى تعيش فـى حالـة مـن الاغـراق الاعلامـى مـن جـانب وسـائلها المحلية .

٧ - مراعـاة عوامل الجذب للاذاعــــة :

فى ظل المنافسة التى تواجهها الموجهة مـن جـانب الخدمـات الاذاعية المحلية والاجنبية الموجهة لنفس المنطقـة لمخاطبـة نفس

الجمهور ، يصبح لزاما عليها أن تبذل جهداً مضاعفاً لتثبيت أقدامهما ، وحفر مكانها على خريطة الاعلام الموجه .

وليس هذا بالامر الهين . فالاذاعة الموجهة تتعرض لمعوقات متعددة يمكن أن نطلق عليها « عوامل طرد » لحمل المستمعين المستهدفين للابتعاد عنها وعدم الاستماع اليها . وقد كان التشويش على الاذاعات الموجهة من أوائل تلك العوامل التى استخدمتها الدول المختلفة لمحاصرة جهود الاذاعات المعادية ... وعلى الرغم من المحاولات العديدة التى بذلت فى مجال التشويش على تلك الاذاعات ، الا أنها لم تنجح فى صرف المستمعين عن متابعتها ، ذلك أن المستمع غالباً ما يجد الدوافع الاقوى للاستماع لاذاعة معينة ، ثم أن التكاليف الضخمة لاستمرار التشويش على الاذاعة الموجهة يدفع العديد من الدول للتوقف عن التشويش ، وقد استخدمت الاذاعات الموجهة أساليب متعددة للتغلب على مشكلة التشويش كان من بينها :

- زيادة قوة المحطة الموجهة باستخدام ترددات اذاعية أقوى .

- بث الارسال الاذاعى على الموجات القصيرة والمتوسطة فى نفس الوقت .
- إنشاء محطات تقوية على حدود الدول أو المناطق المستهدفه بغرض تقوية الارسال الاذاعى .
- بث الارسال على تردد قريب جدا من التردد الذى تذيع عليه اذاعت الدولة المستهدفه ، بحيث تضيع اذاعة تلك الدولة اذا ما حاولت التشويش على هذا الارسال . وقد استخدم الامريكيون هذا الاسلوب فى بث اذاعاتهم الموجهة للاتحاد السوفيتى .
- إعادة اذاعة البرامج الموجهة فى فترات زمينة متقاربة ، حيث تقوم الاذاعة الموجهة باعادة برامجها المقصودة كل خمس أو عشر دقائق حتى تفوت على الدولة التى تقوم بالتشويش فرصة القيام بتشويش انتقائى .
- استخدام نوعية وأساليب مختلفة لتطوير الصوت المستخدم فى البث ، يكون من شأنها تقوية الاشارة أو استخدام الارسال بالشفرة فى حالات الطوارئ للتغلب على التشويش .

الفصل الرابع

أنواع الأخبار الإذاعية وأساليب جمعها

١- أنواع الأخبار الإذاعية .

٢- تقييم أهمية الخبر الإذاعي .

٣- تقنيات جمع الأخبار.

- الملاحظة المباشرة .
- تقنيات الحوار .
- التسجيلات والوثائق .

سوف نعرض فى هذا الفصل أنـواع الأخبـار الإذاعيـة وتقييمهـا من جانب المندوب الإذاعى وتقنيات جمع الأخبار بإستخدام الملاحظـة المباشرة من جانب المندوب الذاعـى والمقـابلات الإذاعيـة والتوثيـق أو التسجيلات المسبقة .

أنواع الأخبار الإذاعية :

جميع الأخبار فى الراديو والتليفزيون يمكن أن تندرج تحت فئـة من الفئات السبع التالية :

١- الأخبار التى تحتاج إلى إبراز : Feature Stories

هذا النوع من الأخبار عادة لايحدد له وقت معين لاذاعته ،حيث تظن تلك النوعية من الأخبار صالحة للإذاعـة لفترات طويلـة باستثناء الاخبار الخاصـة بالاعياد الرسمية والمناسبات الخاصـة .

ويطلق على هذه الأخبار أيضا الأخبار الخفيفة Soft news لأنهـا تكون مبهجة فى طبيعتها ومن أمثلة هذه الأخبار" قطة تستطيع العـزف على البيانو " شخص يحتفل بعيد ميلاده المائة "، " سيدة تلد ستة توائم " وغيرها من الأخبار التى تثير الإهتمامت الإنسانية .

وأبـراز هـذه الأخبـار فـى النشـرات الإخباريـة يحقـق نوعـا مـن الإثارة والمفاجأة ويثير فضول الجماهير .

ويدخل فى نطاق هذه النوعية من الأخبار أيضا الأخبار المرتبطة بمواسم معينة مثل أخبار عن موسم الحج ، دخول المدارس تشغيل الطلاب فى العطلة الصيفية ، أخبار الموضة والأزياء فى الربيع الإحتفالات بالأعياد والمناسبات القومية مثل عيد شم النسيم وغيرها من الأخبار التى تثير الإهتمامات الإنسانية .

وتحتل هذه النوعية من الأخبار مكانا متأخرا فى نشرات الأخبار غالبا ما تكون قرب نهاية النشرة كنوع من المكافأة للجمهور وتقدم قبل أخبار الرياضة والطقس .

وعندما تكون هذه الأخبار مثيرة للسخرية أو التهكم يطلق عليها مصطلح " **Kicker** "

ويراعى عدم استخدام هذه النوعية من الأخبار الخفيفة قبل أو بعد الأخبار المأسوية لأنها تؤدى فى هذه الحالة إلى أحداث أثر سيئ لدى المستمعين أو المشاهدين .

٢- قصص الأخبار المفاجئة : Spot news

يقصد بها تلك الأخبار التى تقع بدون تحذير سابق مثل نشوب حريق سرقة بنك ، حادث على الطريق ، اغتيال شخصية مشهورة .

وظل الراديو يتفوق على وسائل الإعلام الأخرى فى سرعة تغطية هذه النوعية من القصص الأخبارية لأن يتسم بمرونة كبيرة فى الحركة عن الوسائل الإعلامية الأخرى .

إلا أن التليفزيون استطاع أن ينافس الراديو فى هذا المجال بعد ظهور كاميرات جمع الأخبار الكترونيا عن طريق موجات الميكروويف فيما يعرف باسم (E N G) التى تتيح نقل الصورة المتحركة الملونة خلال دقيقة واحدة إلى الجماهير فى المنازل .

وكثيراً ما تنتقد هذه النوعية من الأخبار المنفصلة لأنها تركز غالبا على الأنباء السلبية بدون أن تشير إلى الأسباب أو تقدم التفاصيل والخلفيات اللازمة التى أدت إلى وقوع هذه الأحداث .

٣- أخبار ناتجة عن متابعة أحداث سابقة The Entevprise Story

يشمل هذا النوع من الأخبار تغطية الأحداث التى تتصف بالإستمرارية بشرط أن يتم تقديم معلومات جديدة فى الخبر باستمرار مثل رحلة سياسية يقوم بها رئيس الدولة إلى عدة عواصم أوربية .

فهناك استمرارية فى الحدث بما يقتضى المتابعة المستمرة مع بداية الخبر دائما بآخر تطورات الحدث ثم الإشارة إلى التفاصيل السابقة

بعد ذلك كذلك إذا كان هناك خبر عن نشوب حريق فى مؤسسة حكومية وأسباب الحريق غير معروفة .

فمن خلال متابعة الحدث يمكن اكتشاف أن مكان الحريق لم يكن مزودا بمواد الاطفاء ، أو اكتشاف مزيد من الضحايا فى حادث سقوط طائرة وغيرها من المعلومات التى لم تكن معروفة وقت إذاعة الحدث ثم تتضح تفاصيلها نتيجة المتابعة الإخبارية .

٤- الأحداث المعدة مسبقا Staged Events :

يقصد بها الأحداث التى يتم تحضيرها قبل وقوعها بوقت كاف ، وغالبا ما يتم التنويه عنها فى نشرات الأخبار ، مثل المؤتمرات الصحفية ، والندوات السياسية ، الإحتفالات العامة ، الخطابات والإجتماعات السياسية.

فعندما يقوم مرشح انتخابى بعقد مؤتمر صحفى ليشرح برنامجه الإنتخابى ، أو أن يعلن عن توحيد بعض الشركات الإستثمارية فى تجمع واحد ، كل تلك الأحداث يمكن أن يطلق عليها الأخبار المعدة مسبقا Staged Events وبعض هذه الأحداث المعدة مسبقاً يكون لها قيمة إخبارية ، والبعض الآخر يكون له قيمة دعائية فقط .

ولذلك فإن عدد كبير من المندوبين ينظرون إلى تلك النوعية من الأخبار بقدر من الشك فيما إذا كانت الإذاعة تستفيد حقيقة من نشر هذه الأخبار ، أم أن تلك الأخبار هى التى تستفيد من الإذاعة لأغراض بعيدة عن قيمة الأخبار الحقيقة .

٥- الأخبار ذات الميل أو الإتجاه Trend Stories :

نتناول هذه النوعية من الأخبار التغيرات الثقافية والتكنولوجية والإقتصادية التى تحدث فى المجتمع وتسمى هذه الأخبار ذات الإتجاه أو ميل **Trend Stories** وهى تبحث فى طبيعة الإتجاهات نحو فكرة أو قضية جديدة مثل استخدام الآلة الحاسبة فى المدارس الثانوية
تعديل قانون الأحوال الشخصية ،استخدام بعض الأدوات الطبية بدون الحصول على ترخيص من السلطات الرسمية ، تعديل قانون الأحوال الشخصية ، استخدام الآلة الحاسبة فى الأخبار التى تعكس اتجاهات معينة وترتبط بالفترة التى تذاع فيها .

٦- أخبار تنطوى على التعمق فى المعلومات ووجهات النظر :
Jnvestigative Reporting

من خلال السعى لتحقيق الموضوعية لكل عمليات الأخبار ، يتم بث بعض المعلومات باعتبارها أخبار تهم المستمع أو المشاهد فى نشرات الأخبار ونظرا لأن عنصر الوقت يعتبر معوق أساسى للنشرات

الإذاعية وحيث أنه من الصعب زيادة الزمن المخصص لنشرات الأخبار لأن الجمهور لن يتحمل ذلك لفترات طويلة ولعدم توافر الإمكانيات التى تسمح بتقديم نشرات أخبار طويلة وعلى درجة عالية من الجودة .

كل ذلك يؤدى إلى بروز فكرة تقديم التقارير الإخبارية لبعض النوعيات من الأخبار ، مثل أخبار الإستهلاك للسلع والخدمات ، والحوادث ، الرياضة ، الطقس ، والأنباء التى تحتاج إلى التعمق وعرض وجهات نظر مختلفة .

وتبحث هذه التقارير الإخبارية عما وراء الأخبار من خلال الخلفيات والتاريخ ، الأسباب ، الظواهر ، وكل المعلومات التى تتسم بالعمق ولم تكن معروفة من قبل ، وتزيح هذه التقارير الغطاء عن المساوئ التى تحتاج إلى بحوث وجهود كبيرة من جانب المندوب ، ومعلومات مؤكدة وموثقة يمكن الإعتماد عليها عند الحاجة بحيث يتم الإنطلاق منها للكشف عن جوانب الغموض فى القصة الإخبارية ، ومن أمثلة هذه النوعية من الأخبار قضايا الإنحراف السياسى ، وإنحلال الشباب .

وارتفاع تكاليف العلاج ، وارتفاع أسعار السلع والخدمات بدون ضوابط ، ويستدعى هذا النوع من التغطية الإخبارية فترات زمنية طويلة وجهود كبيرة لإنتاج عدد محدود من برامج التحقيقات الإذاعية .

٧- الأخبار التنموية Developmental News :

تولى دول العالم الثالث أهمية خاصة لترويج الأخبار التنموية ، وهى تلك الأخبار التى تعنى بتقديم أنباء عن عمليات تنموية مستمرة وليس عن الأحداث المفاجئة المنفصلة ، فالتأكيد فى الأخبار التنموية أيسر على ما يحدث فى لحظة معينة .

ولكن على ما يحدث خلال فترة من الزمن ، فالأخبار التنموية تعكس التغيرات المستمرة فى المجتمع ويكون لها طبيعة طويلة الأمد للتغيير الإقتصادى والإجتماعى .

وتتخذ الأخبار التنموية أشكالاً مختلفة على المستوى الوطني والمستوى الدولى ، ويستطيع الإذاعى الذى يبحث عن الأخبار التنموية أن يقيم الأمور بمنظورها الإقتصادى الإجتماعى العام ، ويقدم تقرير حول صلة مشروع تنموى بالإحتياجات الوطنية والإحتياجات المحلية .

وكذلك يمكنه أن يتناول مدى الإختلاف بين المشـروع المرسوم فى الخطة ، وما تم تنفيذه فعلا من إنجازات .

ويتنـاول أيضـا اختـلاف وقـع المشـروع علـى الشـعب وفقـا لإدعاءات المسئولين الحكوميين ووفقا لوقعه الفعلى على الشعب .

فالأخبار التنموية إذن هى استخدام جميع المهارات الصحفية فـى تقديم العمليات التنموية المستمرة بشكل يجذب الجماهير ويثير اهتماما ، وبالطبع يتطلب هذه النوعية من الأخبار مهارات عالية وعمل شاق .

تقييم أهمية الخبر الإذاعى :

يحرص المندوب الإخبارى على بلوغ اقصـى قـدر مـن الفعاليـة عند انتقاء وكتابة الأخبار الإذاعية ، ويشمل عمل المندوب الإخبـارى تقديم الحقائق المتصلة بالحدث .

والبحث عن معلومات إضافية من المصادر المعتمدة التـى تقدم معلومات أكثر عن الحدث التى تتضح الحقيقة كاملة ، ثم يبـدأ المنـدوب فى كتابة قصـة إخباريـة واضحـة ودقيقـة خـلال فتـرة زمنيـة محددة ، ويستخدم فى سبيل ذلك كل الوسائل الكفيلة بجذب الجمهور للأخبار .

وتبدأ القصة الإخبارية بعد ميلادها من أحد المصادر التى ذكرناها فى الفصل السابق ، والقصة المناسبة بالراديو والتليفزيون لابد أن تكون جديدة وغير مستهلكة من وسائل الإعلام الأخرى .

وبعد الإستدلال على القصة الإخبارية من أحد المصادر لابد من أن يقوم المندوب بعمل تقييم أولى **First Weighing** لتحديد فعاليتها وقيمتها الإخبارية للإذاعة فى النشرة ، وبعد التقييم الأولى لابد من القيام ببعض التحريات التى تساعد على توضيح الخبر من خلال إضافة عناصر جديدة آلية أو اهماله إذا ما ثبت عدم فعاليته للإذاعة وتسمى هذه العملية بالتقييم الثانى للخبر **Second Weighing** .

وبالطبع ليست كل الأخبار تحتاج إلى هذا التقييم الثانى ، فالحوادث الكبيرة لن تنتظر التقييم الثانى .

إلا أن هذا التقييم يكون هاما فى الأخبار التى تحتاج إلى متابعة وتقصى للحقائق ، بعد ذلك قد يحتاج المندوب الإذاعى إلى القيام ببعض الأبحاث من المكتبة الإذاعية أو التحقق من بعض المعلومات التى تساعد فى إيضاح تفاصيل وخلفيات الأخبار .

وتتميز الأخبار الإذاعية بتغير قيمتها بسرعة ، فالقصة الإخبارية الجديدة الهامة فى الصباح قد لاتكون خبرا بعد عدة ساعات حيث أن قيمة الأخبار تتغير بمرور الوقت ، ولكى يدرك المندوب الإذاعى قيمة الأخبار

يجب أن يراعى الإعتبارات التالية :

١- هل القصة الإخبارية تهم أكبر عدد من الناس الآن أو فى المستقبل ؟ إذا كانت الإجابة بنعم يعتبر صالحا لإذاعته ضمن نشرة الأخبار .

٢- هل تقع القصة داخل النطاق الجغرافى لتغطية المحطة الإذاعية ، وبمعنى آخر كلما كانت المنطقة الجغرافية التى يغطيها الحدث قريبة جغرافياً من جمهور الإذاعة كلما أكتسب الخبر قيمة أكبر وهذا لا ينفى أن بعض القصص الإخبارية التى تحدث فى أماكن بعيدة يمكن أن تؤثر على سكان المنطقة التى تقع فيها المحطة الإذاعية .

٣- متى وقع الحدث ؟ بوجه عام كلما كان الخبر جديدا كلما كان أفضل فالخبر الذى يمضى عليه أربع وعشرون ساعة يعتبر خبرا قديما إلا إذا كان هناك تطورات جديدة فى موضوع الخبر .

٤- هل القصة الإخبارية تتصل بشخص هام أو مكان بارز أو حدث بارز ؟ كلما كان ذلك كلما أكتسب الخبر قيمة إخبارية .

٥- هل القصة الإخبارية ذات مغزى إنساني ؟ إذا كان الخبر يؤثر في حياة الناس أو يثير عواطفهم وإنفعالاتهم وفضولهم فإنه يكتسب قيمة إخبارية .

٦- الصور غير المألوفة أو الغريبة إذا كان الحدث لا يندرج تحت أى من الفئات السابقة .

وغالبا ما يقوم رئيس غرفة الأخبار أو أحد معاونيه بتقرير قيمة الخبر أو أن يترك ذلك للمندوب المكلف بتنفيذ التغطية الإخبارية .

تقنيات جمع الأخبار :

يستخدم المندوب ثلاث تقنيات لجمع المعلومات هى : الملاحظة المباشرة ، والمقابلات ، والتسجيلات ، وهناك بعض الممارسات الأخرى لجمع الأخبار مثل المعلومات الغير مسموح بنشرها .

وإذاعة التصريحات الصحفية بدون التعرض المباشر للمصدر ، وتسريب المعلومات لإختبار رد فعلها . وسوف تعرض هذه التقنيات المختلفة فى الجزء التالى .

أولاً : الملاحظة المباشرة : Observation :

تعتبر الملاحظة المباشرة من التقنيات الأساسية لجمع المعلومات من خلال الإذاعيين ، فهى تدعم وتقوى المعلومات التى تم الحصول عليها من قبل ، فأحيانا لا تتاح فرصة إجراء الحوار .

وبالتالى تكون الملاحظة هى الوسيلة الوحيدة لجمع المعلومات ، ويستغل المندوب الإذاعى كل مهارته فى ملاحظة الأصوات والأشياء من موقع الحدث ويقوم بتسجيل هذه الأصوات ، وينقل أنطباعته عنها من حيث الأشكال والألوان والأصوات والرائحة حتى يستطيع أن يصف الحدث بحيوية للمستمع .

فالملاحظة تتطلب مهارات خاصة من المندوبين حيث تفيد كثيراً من المواقف الحرجة لتضفى الحيوية على الأخبار الإذاعية مثل وصف كيفية وقوع حادث طائرة ، مطاردة البوليس للصوص بنك ، وغيرها من الأحداث التى يمكن أن يقوم المندوب بتغطيتها من موقع الحدث فوراً حيث لا يكون هناك مجال لكتابة نص إذاعى .

وتكون لمندوب هى عين المستمع التى يرى بها الأحداث . ويجب أن يتضمن التقرير من موقع الحدث أكبر قدر ممكن من الحقائق ويجب أن يتجنب المندوب الإذاعى كتابة نص كامل لتلك المواقف وإنما

يفضل أن يكتب بعس روس الموضوعات أو العناصر الأساسية التى يثيرها الموضوع ويستعين بها أثناء إرتجاله للتعليق .

وتعتبر الملاحظة المباشرة من أهم العوامل التى تحقق الدقة عند جمع الأخبار بشرط أن يتوافر فى المندوب الحياد وعدم التحيز

وعندما يستخدم المندوب أسلوب الملاحظة يكون قد حصل على معلومات من الدرجة الأولى وهى ما يطلق عليها **First Hand Account** وأحيانا يكون المندوب بعيد عن مسرح الحدث لحظة وقوعه ويتلقى القصة الإخبارية من أحد الأشخاص الذين شاهدوها وفى هذه الحالة يكون الحصول على المعلومات قد تم من الدرجة الثانية **Second Hand Account** لأنه قد تم تنقية الخبر من خلال المصدر الذى عايش الحدث وقام بروايته وفقاً لخلفيته ومعتقداته وميوله التى قد تركز على بعض الحقائق وتتجاهل حقائق أخرى .

وفى بعض الحالات يحدث تنقية للخبر ثلاث مرات ويكون التحصيل من الدرجة الثالثة **Third Hand Account** مثل عقد إجتماع سرى لأحدى الهيئات الرسمية ، ويقوم أحد الحاضرين فى الإجتماع بوصف ما حدث لحد مساعديه ويتمكن المندوب الإذاعى من الحصول

على الخبر من هذا المساعد بحيث تتم تصفية الخبر ثلاث مـرات ويفقد قدراً كبيراً من الدقة .

ثانياً : تقنيات الحوار Interview Techigue :

يعد شكل الحوار مـن أكثر أشكال البرامج الإذاعيـة إنتشـاراً ، ويتوقف نجاح هذا الشكل على قدر النجاح فـى إعداده وأسلوب تقديمـه بشكل يسـتهوى المتلقـى ويكـن إعداد الحـوار إعداداً كـاملاً مـن جـانب المحاور **Interviewer** والمتحاور معه **Interviewee** كما يمكن وضع خطوط أساسية للأسئلة والإجابات ، وأحينا تكون برامج الحوار تلقائيـة ولم يسبق إعدادها .

وأحيانا يتم إعدادها بشـكل جزئـى فقـط ، وهنـاك مخـاطرة عنـد تقديم الحوار التلقائى تماما فـى حالـة مـا إذا كـان المتحـاور معك قليـل المعلومـات ، أو لا يجيد التعبير عن أفكاره ومعلوماته .

أو تكون إيجاباته مختصره جداً ، أو تكـون إجاباتـه طويلـة جـداً وقد يدفع ذلك القائم بالحوار إلى التفكير فى أسـئلة إضافيـة كذلـك كثير من تسفر نتائج المقابلات المعدة بدقة عن حوار جاف ومتكلف **Stilted** إلا إذا كان كل من المحاور والمتحاور معه يتمتع بمهارة أن يبدو تلقائياً أثناء المقابلة .

وعلى هذا الأساس فإن معظم المقابلات يتم إعدادها في شكل خطوط عامة فيما عدا الأسئلة التي تتطلب معلومات دقيقة أو إحصائيات ومؤشرات حيث يجب إعداد الأسئلة والإجابات الخاصة بها إعداداً دقيقاً

وتعتبر المقابلة أداة أساسية لتطوير القصة الإخبارية ولكي يقوم المندوب بإعداد المقابلة لابد أن يسأل نفسه أولاً :

١- ما نوع المعلومات التي يرغب في الحصول عليها ؟ فنوعية المعلومات تختلف من موضوع لآخر .

مثال : إذا كنت في مكان به حريق مشتعل ، أو حضور حفل عشاء لتكريم طبيب مشهور ، أو إجراء حوار مع عضو جديد في مجلس الشعب أو مقابلة مع رياضي حصل على جائزة قومية .

وبالنسبة للرياضي الذي حصل على جائزة تقديرية فسوف تكون الأسئلة عن كيفية تنظيم حياته ، والواجبات التي يتناولها ، وعدد ساعات التدريب التي أوصلته إلى هذه المكانة .

وبالطبع ليست كل الأخبار تحتاج إلى مقابلات ، فبعض الأخبار يتطلب قراءة بعض الجمل من جانب المذيع أو المندوب ، ولكن معظم الأخبار تتطلب نوع من المقابلات إن أجلاً أو عاجلاً مع الناس الذين لديهم معلومات وثيقة الصلة بموضوع الأخبار .

فعند عمل التحقيقات الإذاعية التي تنطوى على التعمق في المعلومات قد يتطلب الأمر مقابلة شهود العيان ، والمسئولين الرسميين والأشخاص الذين يمكن أن يثروا المادة التي جمعها المندوب .

وإذا كان هناك عدة مقابلات فلابد من وضعها في خريطة معينة حتى يسهل عرضها وعمل المونتاج الخاص بها ، وعند تصميم المقابلة لابد من تحديد المكان المناسب الذى يبرز خلفية الموضوع .

ففى الراديو يؤخذ فى الأعتبار أصوات الخلفية ، وبالنسبة للتليفزيون يؤخذ في الإعتبار العناصر المسموعة والمرئية ، وبالنسبة لكليهما فإن العمل على راحة المتحاور معه يساعد على الخروج بأفضل نتائج من المقابلة .

فمثلاً لا يجب أن يقوم مندوب تليفزيوني بإجراء حوار عن تلوث الهواء داخل مكتب أو قاعة مكيفة الهواء ، وإنما من الأفضل أن يختار مكان به إحدى المداخن التي تسبب تلوث الهواء حيث يكون للصورة تأثير على نجاح المقابلة .

طريقة توجيه الأسئلة :

مفتاح المقابلة الجيدة هو الأسئلة الجيدة ، فتتدفق الأسئلة والإجابات لابد أن يحقق الحيوية للمقابلة ويعتمد أسلوب توجيه السؤال على الغرض من المقابلة .

وبصفة عامة يجب تجنب الأسئلة الإيحائية **Leading Questions** لأن المندوب فى هذه الحالة يبدو وكأنه يريد الوصول إلى إجابة محددة بدلاً من البحث عن الموضوعية التى قد تكون فى ذهن المتحاور معه .

أمثلة للأسئلة الإيحائية التى تجنبها :

– هل تنوى إعتزال اللعب بعد حصولك على الميدالية الذهبية ؟
بدلاً من ذلك تقول :

– ما الذي تنوى عمله بعد حصولك على الميدالية الذهبية ؟ إلا أنه أحيانا تكون الأسئلة الإيحائية مفيدة إذا كان من شأنها أن تشجع المتحاور معه **Interviewee** على الكلام وأن يشعره المندوب بأنه متفهم لكلامه ومتجاوب مع الأفكار آلتي يطرحها .

كذلك فإن المتحاور معه لن يشعر بالارتياح عندما يلاحظ أن المندوب يقرأ الأسئلة من ورقة مكتوبة ، وأحياناً يسأل المتحاور معه مندوب الإذاعة عن طبيعة الأسئلة وعن رغبته في الإطلاع عليها مقدماً

هنا لابد أن يعطيه المندوب فكرة عامة عن هدف الحوار وعن رؤوس الموضوعات التي يود مناقشتها مع إحتفاظه بتسلسل الأسئلة حتى لا تفقد المقابلة حيويتها .

كذلك يجب تجنب الأسئلة التي تتطلب إجابات طويلة قد تستمر عدة دقائق .

مثال : السيد المحافظ .... ما هي الخطط الكفيلة بتطوير المحافظة ؟

أو : ما هي المشروعات التي نفذها الطلاب هذا العام ؟ ويمكن تعديل الأسئلة السابقة على النحو التالى .

- السيد المحافظ ..... ما هى الخطوة الأولى اللازمة لتطوير المحافظة

- ما هو أفضل مشروع نفذه الطلاب هذا العام ؟ هنا يكون السؤال محدداً ولا يتطلب إجابة طويلة تفسد المقابلة .

كذلك يجب أن يترك المندوب شيئاً للمتحاور معه ولا يقيده بالأسئلة .

مثال : أليس حقيقى أم المدير قد أهانك عندما رفضت تنفيذ أوامره ؟

هنا ستكون الإجابة بنعم أو لا .

الأفضل أن يكون السؤال : ماذا قال لك المدير عندما رفضت تنفيذ أوامره ؟ ومن المهم أيضاً تجنب الأسئلة المغلقة **Closed Questions** لأنها لا تكون مفيدة عند إجراء المقابلات .

مثال : هل أنت شيوعى ؟

الإجابة لا

الأفضل أن يكون السؤال : ماذا تقول لأى شخص يصفك بالشيوعية ؟

الإجابة : سأقول له أنه مجنون أو ليس لديه معلومات ، فأنا لم أنضم فى حياتى إلى أى حزب شيوعى ، ولن أنضم مستقبلاً ... كذلك فإن السؤال الجيد لابد أن يكون بسيط فى البناء ، وبالتالى يجب تجنب الجمل الطويلة المعقدة .

كذلك لا يجب على المندوب الإذاعى أن يثقل على المتحاور معه بكثرة الأسئلة لأن ذلك من شأنه أن يؤدى إلى حدوث تداخل وتشويش فى ذهن المتحاور معه ، ففترة الصمت القصيرة بين الأسئلة تتيح للمتحاور معه الاستطراد فى الإجابة أو إثارة نقاط هامة لم تتعرض لها الأسئلة ، كذلك يجب عدم مقاطعة المتحدث قبل أن ينهى إجابته إلا إذا خرج عن موضوع السؤال أو استطرد فى الإجابة بمعلومات لا أهمية لها .

مقابلات التليفون Telephone Interviews :

يعتبر التليفون من الأدوات الهامة التى يستخدمها المندوب الإذاعى من غرفة الأخبار لسهولة استخدامه كما أن مقابلات التليفون عندما تذاع بالنشرة تضفى عليها الحيوية والإثارة للمستمع كذلك فإن التليفون يعتبر وسيلة فعاله فى المحطات الإذاعية التى تفتقر إلى عدد كبير من المندوبين العاملين . وعمل المقابلات بالتليفون يتطلب مهارات خاصة من جانب المندوب ، فبعض الأشخاص يجيدون التحدث المباشر ولا يجيدونه عبر التليفون .

كذلك فإن بعض الأشخاص يجيبون على الأسئلة بنعم أو لا وبالتالى يتطلب جهداً كبيراً من المندوب لكى يجعلهم يتحدثون أكثر .

ومن هنا يقع على عاتق المندوب أن يجعل المتحاور معه يشعر بالراحة والدفئ ويمكن تشجيعه بالقول أن الآلاف الأشخاص يستمعون إليه الآن وإذا ظل المتحاور معه يجيب بنعم أو لا يمكن أن يقول له المندوب أن الصوت غير واضح ويطلب منه إعادة الإجابه حتى يشجعه على الكلام ومن المهم للمندوب أن يجعل المتحاور معه يستمر فى الكلام طالما يقدم معلومات مفيدة وصالحة للإذاعة .

وإذا طلب المصدر عدم إذاعة صوته المسجل عبر التليفون فلابد من إحترام رغبته .

كذلك يجب على المندوب أن يخبر المصدر فى مقدمة المكالمة بأنه ينوى تسجيلها وإذاعتها عبر الأثير وأن يحصل على موافقة المصدر بهذا الشأن .

وكملخص لما سبق نقدم قائمة بما يجب وما لا يجب عمله عند إجراء المقابلة الإذاعية :

ما يجب عمله عند إجراء المقابلات :

١- إيجاد الألفة والتفاهم مع المصدر ومعرفه جوانب الموضوع قبل إجراء المقابلة .

٢- تحديد إتجاه المقابلة مقدماً من وضع خطة للأسئلة الرئيسية

٣- أسأل بعض الأسئلة التى تهيئ المصدر للتعاون وإزالة الرهبة منه .

٤- بناء الأسئلة لابد أن يعتمد على الوضوح والبساطة والفهم .

٥- حافظ عاى اتصال جيد بالنظر مع المتحاور معك

٦- أسأل مرة ثانية ما يحتاج إلى إيضاح أو ما تشعر أن إجابته غير كاملة .

٧- وجه أسئلة للمتابعة والتوضيح أو تصحيح نقاط معينة .

٨- أسأل ما تشعر أن المتحاور معه يريد الإجابة عليه ويدخل في نطاق خبرته .

٩- عامل المتحاور معه كشريك من خلال الأخذ والرد أى أن تعامل الضيف بمشاعر إنسانية وليس كعامل ميكروفون .

١٠- أسأل بدون أن تعلق على الإجابات سلباً أو إيجاباً فإذا كانت الإجابة كافية أنتقل إلى الموضوع التالى وإذا لم تكن كافية أوجه سؤال آخر .

١١- وجه السؤال المناسب للشخص المناسب

ما لا يجب عمله عند إجراء الحوار :-

١- قراءة الأسئلة من ورقى أمام المصدر

٢- متابعة تسلسل الأسئلة بدون الإلتفاف إلى الضيف

٣- بداية الأسئلة ببرود وبتوجيه أصعب الأسئلة :

٤- الجمل الطويلة المركبة والأسئلة المعقدة .

٥- فقد الإتصال بالنظر إلى الضيف لفترة طويلة

٦- السماح للضيف أن يقرأ الأسئلة مقدماً أو أن يكتب المندوب بعض الملاحظات أثناء الإجابة من الضيف .

٧- النظر إلى الساعة لمعرفة الوقت لأن ذلك يثير قلق الضيف

٨- أن تكون الإجابة غير كافية ولا تقدم سؤال آخر للمتابعة

٩- تقديم أسئلة المتابعة فى غير مكانها من اللقاء .

١٠- الأسئلة المقلقة .

١١- الأسئلة الإيحائية

١٢- الأسئلة البعيدة عن خبرة المتحاور معك

١٣- المقدمات الطويلة وكثرة الإستهلاك .

ثالثاً : التسجيلات والوثائق Documentation :

يتفق المندوب بصفة عامة على أن أفضل وسيلة لمصداقية المعلومات تكون من خلال الإستعانة بالوثائق والمنشورات الرسمية وكذلك إجراء مجموعة من اللقاءات مع الناس المعنيين بالقصة الإخبارية بحيث تسند الحقائق التي يقدمها المندوب إما إلى الوثائق الرسمية أو إلى التسجيلات الجماهيرية بأصوات الناس الحقيقة .

وذلك يفيد المندوب في تحرى الدقة والموضوعية ويجنبه الوقوع تحت طائلة القانون إذا كانت الحقائق التي يقدمها لا تستند إلى تسجيلات واقعية ووثائق معتمدة .

فعلى سبيل المثال قد يحصل المندوب من أحد المصادر على معلومات تفيد بالقبض على مسئول رسمى لأنه يتقاضى رشوة ، وبالطبع يقوم المندوب بإجراء حوار مع هذا المسئول الرسمى الذى ينفي تلك التهمة .

هنا يمكن الرد على المسئول الرسمى ، من خلال عرض هذه الوثائق وبذلك يستطيع المندوب أن يطور القصة الإخبارية.

الفصل الخامس

استوديو التليفزيون

الامكانيات الفنية والتقنية

أستوديو التليفزيون

أستوديو التليفزيون :

أستوديو التليفزيون هو المكان الذى يتم فيه انتاج العمل التليفزيونى أو تجميعه من مصادره المختلفة أو تنفيذه على الهواء وبثه لجمهور المشاهدين .

وهناك برامج تنتج بالكامل من الاستديو مثل برامج الندوات والأحاديث والنشرات والتمثيليات وجميع الأعمال التى يتم تصويرها داخل مبنى التليفزيون .

وهناك البرامج التى يتم تجميعها داخل الاستديو مثل البرامج التى يشترك التصوير الخارجى مع لقطات أو احاديث من داخل الأستديو أو يتم التعليق عليها أو عمل مقدمات ونهايات هذه البرامج من داخل الاستوديو (الفقرات) .

كما أن الاستديو هو الجهة الوحيدة التى يتم بث البرامج منها إلى جمهور المشاهدين .

وهناك نوعان من الاستوديوهات داخل التليفزيون :

النوع الأول : ويطلق عليه استوديو انتاج ويكون مميزا بمساحته الكبيرة التى لا تقل عن ٣٥٠ متر وقد يصل إلى أكبر من ١٠٠٠ متر وتكون مهمة هذا الاستوديو هو انتاج الأعمال الدرامية (التمثيليات) والمنوعات الكبيرة والبرامج التى لا تذاع على الهواء بمختلف انواعها ويتم تحديد الاستوديو للبرنامج المطلوب انتاجه ويتوقف ذلك على الامكانيات المطلوبة للعمل التليفزيونى المزمع انتاجه ويتم بناء الديكور اللازم لهذا العمل ، وقد يتم بناء أكثر من ديكور لأكثر من برنامج واحد فى ستوديو معين ثم يتم تسجيل هذه البرامج تباعا وتستوعب الاستوديوهات الكبيرة فى التليفزيون المصرى لبناء ديكورات حوالى ١٢ غرفه أو ١٢ منظرا مختلفا للتمثيلية الواحدة فى وقت واحد .

الثانى : ويطلق عليه استوديو تنفيذ وهذه الاستوديوهات تتميز بصغر مساحتها عن الأولى فتكون أقل من ٣٥٠ مترا مربعا وقد تبدأ من ٨٠ مترا وهى مخصصة لبث البرامج إلى جمهور المشاهدين فى المنازل بالإضافة إلى اذاعة مقدمات

الفقرات لمذيع واحد للربط بينهما وتذاع منها ايضا برامج الحوار البسيطة التى لا يشترك فيها أكثر من شخصين .
وقد تساهم هذه البرامج فى انتاج بعض البرامج الحوارية البسيطة فى عند أوقات البث المباشر للبرامج إلى جمهور المشاهدين .

ويختلف تجهيز كل استوديو عن الآخر بمعداته اللازمة ألا أن جميع استوديوهات العالم تشترك مع بعضها فى كثير من

شروط التجهيز والبناء :

فكل استوديو ينقسم إلى جزئين اساسيين :

البلاتوه أو ألـ floor

والكنترول studio control room

أما البلاتوه أو ألـ floor فهو هذه المساحة الكبيرة من الأرض التى يتواجد داخلها المذيعون والممثلون والضيوف وتدور فيها احداث التمثيليات المختلفة وحوار المذيعين مع الضيوف للفقرات المذاعة على الهواء .

يشترط فى بناء البلاتوه أو ألـ floor اشتراطات هندسية ثابتة اهمها :

١- الحوائط عازلة للصوت وهناك طرق كثيرة لعزل الصوت لعل أشهر وسيلة لعزل الصوت هو وضع طبقة من الصوف الزجاجي الخاص للصوت بين جدران البلاتوه وطبقة الخشب المتبقية الموجودة على هذه الجدران .

٢- الارضيات ملساء تسمح لحركة الكاميرات على عجلات الحوامل دون تخبط أو ارتجاج

٣- الارضيات مستوية فى وضعها الأفقى بحيث لا تنزلق عجلات حوامل الكاميرات فى اتجاه مائل إذا ما تركها المصور

٤- السقف مرتفع لا يقل عن ستة أمتار فى الاستوديوهات الصغيرة جدا وقد تصل إلى خمسة عشر مترا فى الاستوديوهات الكبرى

٥- ابوابها مزدوجة فهناك باب يقفل من الداخل واخر من الخارج وقد يقفل البابان من الداخل وبينهما فراغ لا يسمح للصوت من الدخول إلى دال الاستوديو أو الخروج منه وهذه الأبواب سميكة تغطى محيطها طبقة من الكاوتش التى تحكم الغلق .

كذلك عناصر الانتاج التليفزيوني توجد داخل استوديو التليفزيون عناصر الانتاج التليفزيوني الضرورية للصوت والصورة .

الصوت :

والصوت أحد عناصر الانتاج التليفزيوني ويمثل العنصر الاساسى فى كثير من البرامج الحوارية والنشرات والأحاديث أى البرامج الكلامية بصفة عامة ، وهو عنصر مكمل للصورة وهناك مثل شهير يقول إذا خفضت صوت التليفزيون فى المنزل واستطعت ان تفهم البرنامج من الصورة فقط دون ان يغويك شيئا وبنفس الدرجة التى تشاهده وانت تسمع الصوت فهذا البرنامج ناقص ، وكذلك إذا أنت اعطيت ظهرك للجهاز وسمعت الصوت فقط وفهمت الرسالة أى وصلتك كاملة دون نقصان فأيضا هذا البرنامج ناقص ، فعنصرا الانتاج التليفزيوني - الصوت والصورة كلاهما مكمل للآخر .

ويعتمد الصوت فى التليفزيون - وفى الإذاعة أيضا على مصادره اساسية :

١- الميكروفونات Microphones وهو محول كهروصوتي يستقبل الموجات الصوتية الصادرة اليه من مختلف مصادرها من اصوات البشر واصوات المعدات والأصوات الطبيعية من رياح وعدها ليقوم بتحويلها إلى موجات كهربائية تسير في الاسلاك لتنقل إلى طاولة الصوت الموجودة في غرفة مراقبة الاستوديو والتي سنتحدث عنها بعد ذلك عند الحديث عن غرفة مراقبة الاستوديو .

وهناك فرق بين الصوت وبين الضوضاء فالصوت يحمل رسالة نريد ان تصل إلى المستقبل والضوضاء هو الضجيج غير المسئول ، إلا إذا كانت تؤدى هدف مقصود وهناك العديد من الميكروفونات المستخدمة في ستوديوهات الاذاعة والتليفزيون لكل منها هدف تستخدم من اجله :

أ - ميكروفونات كلية التوجيه ويطلق عليها Alldirections وUndirectional أو Omnidirectional

وهذه الميكروفونات صالحة لكي تلتقط الأصوات الصادرة اليها من جميع الاتجاهات إلا أن لها عيوبها إذ انها

تلتقط الاصوات التى يهدف بها حمل رسالة فى التقاط الاصوات التى لا علاقة لها بالموضوع الذى يتم تسجيله .

واستخدام هذه الميكروفونات ، ينتج سماع ما يدور داخل الاستوديو حتى صوت الفراغ الضخم الموجود داخل الاستوديو ، إلا أنها يستخدم فى تقل المؤثرات وأصوات المعدات الصادرة من اتجاهات شتى .

ب - ميكروفونات ثنائية التوجيه Bidirectional

وهى ميكروفونات لها اتجاهين لالتقاط الأصوات من الأمام ومن الخلف وتستخدم فى البرامج التى يجلس شخصان فيها متقابلين متحدثان إلى ميكروفون واحد .

جـ - ميكروفونات ذات اتجاه واحد ويطلق عليها
One direction - Cardioid

وهى تلتقط الصورة الصادرة اليها مباشرة إلى دائرة الاستقبال اعلا الميكروفون وهذه الميكروفونات تكون بمثابة عازل للأصوات حول المصدر والتى لا ترغب فى اظهارها

بوضوح كذلك ترفض استقبال اصوات الفراغ والتى قد تؤثر على صوت المصدر الاساسى .

د – اصوات ميكروفونات ذات اتجاه واحد خاص :

Super directional - Hyper Cardioid وهى ميكروفونات خاصة فى التوجيه لا تستقبل إلا الصوت الموجه لها مباشرة واكثر رفض لالتقاط الاصوات المحيطة بالمصدر وتوجيه داخل الاستوديو العديد من حوامل الميكروفونات واشهرها الحامل طراز Boom وهو حامل كبير طويل الذراع يستخدمه أحد مساعدى الصوت فى التوجيه فيه بعد إلى مصدر الصوت .

وهناك الحامل الصغير Stand الذى يوضع امام المذيع على المنضدة كذلك يمكن نزع الميكروفون من حامله الصغير ليمسك به المذيع كما اخترع انواع صغيره من الميكروفونات مثل Neckmic وهو الذى يعلق فى رقبة المذيع بخيط رفيع وصنع منه انواع أخرى تثبت مثل الزرار فى رابط العنق أو جانب الزى الذى يرتديه المذيع أو المذيعه أو الضيف أو الممثل كما اخترع أخيرا نوع من الميكروفونات التى لا تحتاج إلى وصلات سلكية بينها وبين طاولة الصوت .

٢- ومن مصادر الصوت ايضا التى يعتمد عليها فى الانتاج التليفزيونى **الشرائط المسجلة الخارجية** ، غلا أن مثل هذه المصادر لا توجد داخل بلاتوه الاستوديو أو الـ floor وانما توجد على الوسائل التى سجلت عليها مثل شرائط التسجيل السينمائية أو الفيدوبيت .

٣- كذلك يستعين المخرج بالموسيقى المسجلة على اسطوانات أو شرائط من طراز ١/٤ بوصه .

٤- ومن المصادر الاساسية للصوت الاذاعة والتليفزيون المؤثرات الصوتية التى تستخدم فى الاذاعة اكثر من استخدامها فى التليفزيون حيث يعطى شعورا بالمكان الذى نريد اعطاء المشاهد احساسا ان الحدث يتم تسجيله فيه ، لينطلق خياله وينسج خيوطه ويشعر المستمع بان التسجيل يتم فى حديقة أو بين صفوف الجيش أو فى بركة أو فى سباق خيل أو على صفحات المياه .

الا ان البلاتوه واستوديو التليفزيون لا يضم بين هذه العناصر سوى الميكروفونات أما باقى الوسائل فتوضع رسائلها فى اماكن أخرى غير البلاتوه .

أما العنصر الثانى من عناصر الانتاج التليفزيونى فهو الصورة وهو العنصر الذى ينفرد به التليفزيون عن الاذاعة المسموعة وتتوصل إلى تحقيق هذا العنصر بوسائل اساسية .

١- الكاميرات وهى الوسيلة الاساسية فى نقل الصورة وتحويلها إلى شحنة كهربائية تمر فى الكاميرات الخاصة بها لتصل إلى المشاهد .

٢- الإضاءة ومن المعروف أن الكاميرات بكل انواعها تصور تالضوء – مثل العين البشرية وبهذا الضوء المرتد يستطيع الانسان أو الكاميرا تحديد معالم الصوت الذى نراه ، ومن الضوء المرتد نستطيع ايضا تحديد لونه المعروف ان الالوان جزءا كبيرا من الإضاءة ولا تعكس الالونها فقط ، فاللون الأبيض يعكس ١/٢ كيلو الشعاع الأبيض بكامله ، واللون الأسود يمتص اللون بعد الأبيض بكامله ولا يعكس شيئا فنرى

الهدف اسودا واللون الأحمر يمتص اللونين الأزرق والأخضر ولا يعكس سوى اللون الأحمر واللون الأزرق، يمتص اللونين الأخضر والأحمر ويعكس اللون الأزرق

واللون الأخضر لا يعكس سوى اللون اللون الأخضر ، وكذلك الألوان المركبة من لونين بنسب مختلفه تعكس لونها وبنفس النسب المركبة منها .

ولهذه الأسباب كانت الألوان المختلفة فى حاجة إلى كمية من الإضاءة توزع عليها توزيعا خاصا لتحصل منها على درجة الوضوح المطلوبه لهذه الألوان ولهذا يعتمد مديرو الإضاءة على الاهتمام بتوزيع الإضاءة بطريقة خاصة تبرز الهدف الذى تقوم بتصويره اهمها .

١- الإضاءة الرئيسية key light وهى الإذاءة المباشرة التى تسلط على الهدف من الناحية التى سيتم التصوير منها لتحقيق الوضوح المطلوب ولإبراز هذا الهدف

٢- الإضـاءة تالخفيفـة وهـى Back light وهدفهـا اضـــاءة الديكور الخلفى الذى يجلس امامه المذيع او الممثل ليفصله عن جسم المذيع وتوضح معالمه .

٣- الإضاءة المعاكسة أو Contre وهو اضاءة توجه إلى جسم المذيع من الخلف لتحديد رأسه وكتفه .

٤- الإضاءة المكملة أو العامة أو المنتشرة وهو منها :

أ- ازالة الظلال المكون من الإضاءة المؤخرة .

ب- اظهار المنظر العام الـذى يتم نقلـه دون التركـيز على هدف معين .

٥- الإضاءة التأكيدية Hard li.;ht وهى الإضاءة المركزة التى توجـه إلـى جزء خـاص مـن الديكـور لابـرازه أو صنـع بقعـة ضوئية مطلوبه فى مكان منحدر مثل اضاءة شـجرة أو مصبـاح بعينه .

ويوجد داخل الاستوديو شـبكة للإضـاءة غالبـا مـا تكـون بسقف الاستوديو علـى اسـياخ خاصـة بهـا وتدلـى بواسطة

مجموعة من الوست التى تتيح لمدير الإضاءة الارتفاع والهبوط بها ، أو منبثقة بدون سوسته تتيح لها تغيير اتجاهها الأفقى والرأسى دون حركة كما توجد انواع من الكشافات المركزة والمنتشرةوالتى يصدر من كل جانب منها كمية معينة من الإضاءة .

وتتراوح الإضاءة الصادرة من المصدر المركزة ما بين ٢٠ كيلو فى بعضها وبين ١/٢ كيلو وفى استوديوهات وتستخدم الأولى عادة فى الإضاءة المركزة عن بعد مثل التى تستخدمها فى الإذاعات الخارجية ، بينما يستخدم الصغرى فى الإضاءة المركزة على اهداف صغيرة كتلك التى تركز على النشرة المستخدمة فى نشرات الأخبار لتنير للمذيع النص الذى يقرأه .

الوسيلة الديكور الثالثة من وسائل تحقيق عنصر الصورة هو الديكور الذى تنقله الكاميرات .

والديكور فى الاستوديو يتم صنعه بوسائل اقتصاديه ويتم تعليقه وتثبيته بوسائل بسيطة ليسهل نزعه بعد ذلك ، وعلى مهندسى الديكور ألا يبنى من الديكور سوى الأجزاء التى ستظهر فى الصورة فقط لأننا هنا لسنا فى مجال بناء مكتب أو قصر حقيقى ، ولا فائدة من بناء الديكور أو اجزاء منه لن

تظهر في الكاميرا ويتم بناء الديكور بالتنسيق بين ما يريده المخرج ومتطلبات الإضاءة .

ولا يثبت الديكور في حائط الاستوديو وانما يجب الابتعاد بما لا يقل عن متر واحد عن حائط الاستوديو ويثبت الديكور بواسطة وضع اثقال من الحديد تستند عليها الحوائط التي تبنى من خامات رخيصة تغطى في الغالب بورق رخيص ثم تدهنه وفقا لمتطلبات العمل .

وارتفاع الديكور لا يقل عن مترين ونصف ولا يزيد في الارتفاع عن مستوى شبكة الإضاءة المعلقة في سقف الاستوديو بحيث يسمح الديكور لحركة الكشافات الموجودة أعلا الاستوديو

ويتم تصميم الديكور على خطط مسبقة ويجهز الديكور بالكامل خارج الاستوديو بحيث لا يستغرق وقت بنائه داخل الاستوديو سوى ساعات معدودة بحيث لا يؤثر ذلك على ساعات الانتاج المطلوبه داخل الاستوديو .

ويلحق البلاتوه وسائل اتصال اهمها سمعات الأذن Headphones ويوجد سماعة أذن ملحقة بكل كاميرا يستطيع المخرج أن يعطي تعليماته للمصور عن طريقها كما توجد

سماعة اضافية خاصة بمدير الاستوديو الذى ينفذ تعليمات المخرج داخل الاستوديو .

اما قالب الصوت الموجود داخل الاستوديو فدائما نحذر من استخدامه قبل موعد العمل على الهواء بما لا يقل عن خمس دقائق حتى يحدث ما يسمي Copling اى دائرة صوتية مغلقة تسبب صفيرا على الهواء .

وقد الحق ببعض البلاتوهات جهاز Outokue وهو جهاز يثبت على عدسة الكاميرا يستطيع أن يقرأ منه المذيع وهو ينظر إلى العدسة ، وهذا الجهاز يلحق بجزء منه بعيدا عن الكاميرا عليه شريط من الورق المكتوب عليه النص الذى يقرؤه المذيع ويستطيع المذيع عن طريق دراسة قدم أن يضغط عليها فيتحرك شريط الورق طبقا للسرعة التى يحددها المذيع لنفسه .

٢- غرفة مراقبة الاستوديو Studio Control room وغرفة بها ,غن كنا نستعرض على ترجمتها غرفة مراقبة الاستوديو إلا انها أقرب إلى غرفة التحكم منها إلى غرفة مراقبة .

ففى هذه والغرفة يتم انتاج العمل التليفزيونى وادارة العمل بالكامل وفى هذه الغرفة تصب كل مصادر الصوت

والصورة ليتم انتقاء الصورة المطلوبه أو تكوينه الصورة من أكثر من مصدر .

وفى هذه الغرفة يتم اختيار الصوت المطلوب اذاعة تكوين من العديد من الأصوات .

ومن هذه الغرفة يقوم المخرج بتوجيها لكاميرا والممثلين والمذيعين عن طريق وسائل الاتصال اللازمة .

ومن هذه الغرفة يتم التحكم فى الإضاءة والكاميرات واهم المعدات الموجودة فى غرفة مراقبة الأستوديو .

١- طاولة الصورة أو Surtch الصورة أو Uixer الصورة أو Desk الصورة وهى طاولة كبيرة عليها مفاتيح لكل مصدر من مصادر الصورة ويتم عمل المونتاج الإلكترونى الفورى من خلال هذه المفاتيح أو الزراير بحيث يختار المخرج نوع النقلة التى يريدها ثم يعطى الأمر إلى الفنى المسئول عن هذه الطاولة لينفذها أو المونتير الإلكترونى أو السويتش ويتم القطع أو المزج أو المسح فى الصورة وفقا لخطة يعرضها المخرج ويأمر بتنفيذها .

وتتيح هذه الطاولة للمخرج أن يطلب العديد من المؤثرات الخاصة أو كاشفات المسح المختلفة الصور والاشكال بحيث تبدو وصورة فوق صورة ، أو صورة داخل صورة أخرى بشكل معين دائريا أو مستطيلا أو منبعجا أو يطلب صورة بجانب الأخرى بأى شكل من الأشكال التى يحددها وفقا لما يزيد عن ٧٠ شكلا يختار منها المخرج ما يشاء .

ويخضع عناصر تكوين الصورة لأسس فنية سنتحدث عنها فيما بعد عندما نتحدث عن اللقطة وأهدافها .

٢- مازج الصوت Mixer

ويطلق عليه أيضا طاولة الصوت أو Desk الصوت ويجلس عليه مراقب الصوت وهذه الطاولة يلحق بها جميع مصادر الصوت الواصلة إلى غرفة المراقبة ويتم اختيار الصوت المطلوب أو عمل المكياج أى مزج أكثر من صوتا فى خط واحد وفقا لما يريده المخرج ، فكل مصدر من مصادر الصوت له مفتاحه لرفع الصوت أو خفضه أو اغلاقه يسمى Fuder ويخضع الصوت لمقاييس هندسية معينه من حيث درجة ارتفاعه وخفضه حيث توجد المؤشرات التى توضح

انخفاض الصوت عن معدله وارتفاعه بدرجة تسبب تشويش معين وعدم وضوحه

كما يوجد فى هذه الطاولة مفاتيح تغطى المزيد من امكانيات معالجة الصوت وتلقينه أو التحكم فى طبقته أو اعطائه التجسيم اللازم .

٣- **طاولة الإضاءة** light consal ويطلق عليها ايضا dimer وهذه الطاولة يلحق بها مفاتيح لكل الكشافات الموجودة داخل البلاتوه بحيث يستطيع مدير الإضاءة أو مساعده التحكم فى كل كشاف داخل البلاتوه ابتداء من انارته أو اطفائه أو بكل طاقة أو بجزء من طاقته .

٤ - **المخرج :**

ويجلس المخرج فى غرفة مراقبة الاستوديو ليدير العمل وأهم وسائله :

أ- المونتيرات Monitors وهى مجموعة من الشاشات التى يستطيع المخرج أن يتابع عليها صورة كل مصدر من مصادر الصورة الداخلة اليه .

ولكل كاميرا منتيور خاص بها يستطيع المخرج من خلاله متابعة الصورة التى يشاهدها كل مصور فى الكاميرا التى يعمل عليها وبذلك يستطيع المخرج أن يوجه المصور للحصول على الصورة المطلوبة من حيث الزاوية والحجم كما يشاهد المخرج على هذه المونتيرات صور التسجيلات المرئية الواردة اليه من شرائط التسجيلات المغناطيسية أو الأفلام السينمائية ولكل جهاز للعرض مونيتور خاص به بالاضافة إلى المونيتور الموضوع عليه جهاز الشرائح والاذاعات الخارجية .

ومن هذه الغرفة يعطى المخرج توجيهاته الى المونيتر الجالس بجواره ليضغط على الزر الخاص بالصورة التى يديرها فتذاع على الهواء أو لتسجيل أو تعطى باختيار صورتين أو أكثر ليضعهما فى الشكل المطلوب التى يراه ثم لاذاعتها .

ب- وسائل الاتصال :

ويصدر المخرج توجيهاته إلى الجيش البشرى الذى يتعامل معه عن طريق الميكروفون مثبت امامه واسفله العديد من المفاتيح التى تخص كل من يتعامل معه فهناك مفتاح خاص بالمصورين وآخر لمدير الاستوديو وثالث خاص لا يفنى

التسجيلات ورابع للفنى المسئول عن ماكينات اذاعة الشرائط المرئية وعشرات من المفاتيح التى تتيح له الاتصال الفورى بكل الغرف الفنية فى المبنى، وبغرفة المراقبة الرئيسية والاستوديوهات الاخرى .

اما مجموعة العمل المحيطين به فيتلقون التعليمات مباشرة من المخرج الجالس معهم فى نفس الغرفة .

وتتصل غرفة مراقبة الاستوديو بالبلاتوه عن طريق حائط زجاجى تتيح للمخرج ان يشاهد بالعين المجردة ما يحدث داخل البلاتوه ويطمئن على التزام كل شخص داخل البلاتوه بمكانه .

غرفة معدات الاستوديو (التلسين)

ويلحق بكل ستوديو غرفة خاصه المعدات المعاونة التى تشارك فى انتاج العمل التليفزيونى .

ولعل أهم غرفة تلحق بكل ستوديو هى غرفة تلسين أن التلسينما Telecinema وقد اطلق هذا الاسم على هذه الغرفة لأنه فى أوائل العمل التليفزيونى كان الاعتماد اساسيا على الأفلام السينمائية فى تصوير البرامج التى تتم خارج التليفزيون

مثل البرامج التسجيلية المختلفة أو لقطات البرامج الموجهة إلى الشباب أو الريف أو المرأة أو غيرها ، أو اللقطات الاخبارية للنشرات أو الآجزاء الخارجية من بعض التمثيليات ، وكان ذلك بسبب عدم وجود مونتاج لشرائط التسجيل المغناطيسية (الفيديوتيب) نهائيا فى ذلك الوقت وعدم وجود كاميرات تصوير فيديو محموله كما هو موجود الآن ، فكانت جميع برامج التليفزيون تجهز على افلام سينمائية ثم يتم عمل المونتاج اللازم لها ثم تذاع أو تسجل على شرائط فيديو مثبت مقاس ٢ بوصة .

ولهذا السبب الحق بكل غرفة ستوديو ماكينتان لبعض الافلام السينمائية أطلق عليها اسم غرفة التلسينما أو غرفة التلسين على سبيل الأختصار .

ومع تطور العمل التليفزيوني واختراع وسائل التصوير الحديثة بدأ العمل بالكاميرات السينمائية فى الانقراض التقريبى بعد ظهور كاميرا وحدات جمع الاخبار الالكترونية بين E.N.C وهى اختصار Electronic News Cathering اى تصويرها على شرائط فيديو مقاس ٣/٤ بوصة ثم ١/٢ بوصه بعد ذلك Betacam ومن ثم بدأت أجهزة عرض شرائط الفيديو

كاسيت فى غزو التليفزيون لتحل محل كاميرات التصوير السينمائى ، وبدأ الجميع يفضلونها لاسباب كثيرة أهمها :

١- درجة نقاء وجودة الصورة : إذ ان الصورة التى يشاهدها المصور والمخرج على جهاز المونيتور هى نفس الصورة التى يتم تسجيلها فعلا وبنفس الالوان التى يشاهدها المخرج على المونيتور اثناء التصوير .

٢- يستطيع المخرج والمصور المسجل ان يجرب تجربته على صلاحية التسجيل قبل مغادرة المكان .

٣- يستطيع المذيع أن يذيع مادته بعد تصويرها بلحظات ولا تحتاج إلى وقت للتحميض والطبع وعرضها على أجهزة العرض السينمائى .

٤- سهولة المونتاج الذى يتم بطريقة اتوماتيكية تتحكم فيه الالات الحاسبة بواسطة اجهزة Automatic Editing بأن يخذ المونيتور نهاية اللقطة على الشريط المسجل عليه وبداية

اللقطة من الشريط الذى يسجل منه ويضغط على زر اتوماتيكى لكى يتم المونتاج فى سهولة ويسر .

بينما كانت الكاميرات السينمائية تمثل ما يلى :

أ- الصورة التى يشاهدها المصور ليست الصورة التى يتم تسجيلها لانها تخضع لعمليات حسابية للمساحة وشدة الإضاءة ودرجة حساسية التقييم وهى أمور لا يوضحها جهاز الرؤية Viewer الذى يستخدمه المصور اثناء التصوير .

ب- يخضع التقييم بعد ذلك لعمليات التحميض والطبع وتصحيح الالوان وهى أمور خارجه عن نطاق تحكم المخرج والمصور ويتدخل رجال المعمل والاحماض فيها ولابد من جودة الاحماض وصحة تركيبها ويقظة رجال المعمل وحرصهم حتى تخرج الصورة فى الشكل الذى اراده لها المصور .

جـ- تقطع عمليات التحميض والطبع والمونتاج وكافة مراحل صناعة الفيلم واضافة الصوت إلي ايام تجعل من المستحيل اذاعة هذه المادة قبل مرور عدة أيام .

د- تكاليف صناعة الفيلم الباهظة ابتداء من الخامات حتى الانتهاء من الحصول على النسخة النهائية الصالحة للعرض فى التليفزيون ، الذى غالبا ما يذيع مواده اليومية والأسبوعيه واحده ثم توضع فى ارشيف ومكتبات التليفزيون لحين طلبها بعد مده كبيرة او الاستعانة بلقطة منها .

لكل هذه الاسباب أو لبعضها ثم غزو أجهزة الفيديو كاسيت إلى التليفزيون ودخلت معدات اذاعة شرائط الفيديو كاسيت إلى التلسين لتحل محله أو لتشاركه بنصيب أوفر غرفة الإذاعة وان كان الإعتماد على هذه الشرائط المغناطيسية اضعاف مرات الاعتماد علي السينمائية .

لذلك نجد الان فى غرفة التلسين العديد من ماكينات عرض شرائط الفيديو كاسيت من طراز Betacam مقاس ٣/٤ بوصه ، ثم دخلت بعد ذلك شرائط الفيديو كاسيت من طراز Betacam مقاس ١/٢ بوصه .

وقد اتخذ منذ أيام قرار بتعميم نظام الفيديو كاسيت طراز Betacam مقاس ١/٢ بوصه (ص) في جميع ستوديوهات التليفزيون بعدما كان قاصرا على استخدامه في نشرات الاخبار والبرامج الاخبارية ، وذلك نتيجة للتطور التكنولوجي في هذا الطراز وقدرته على التسجيل باعلى درجة من الجودة التي تضارع الشرائط المغناطيسية الكبيرة مقاس واحد بوصة ، وكذلك لما في الكاميرا البيتاكام من امكانيات هندسية ذات تكنولوجيا عالية تتيح لها :

١- يستخدمها شخص واحد يستطيع القيام بدور المصور ومسجل الصوت ومزع الإضاءة إذ أنه يثبت عليها ميكروفون وكشاف صغير .

٢- تعمل بأقل كمية من الإضاءة وتستطيع ان تضبط فتحة العدسة اتوماتيكيا دون تدخل المصور

٣- تضم داخلها جهاز التسجيل .

٤- شرائط التسجيل صغيرة الحجم خفيفة الوزن .

٥- تعطى نتائج طيبة ودرجة عالية من جودة الصورة .

٦- لها ميكروفونان منفصلان .

كذلك نرى فى غرفة التلسين مجموعة مكتبات اذاعة شرائط الفيديوكاسيت .

ولكنه من الضرورى أن تتواجد ماكينات عرض شرائط الفيديو يثبت مقاس واحد بوصة الكبيرة الحجم لما لها من مزايا عديدة فى التسجيل تفوق على شرائط الفيديو كاسيت بمراحل ، إذ أن كبر حجم الرأس المغناطيسية تتيح لها قدرة على نسخ درجة أعلا من الجودة فى الصوت والصورة .

وتضم ايضا غرفة التلسين بعض وحدات مونتاج الكاسيت الواحد بوصة ، إذ أن أى ماكينتين تستطيع ان تحولهما إلى وحدة مونتاج ، الأولى للعرض والأخرى للتسجيل عليها .

كذلك يوجد فى غرفة التلسين جهاز عرض الشرائح التى يستعان بها فى اذاعة اللقطات الصامته الثابتة مثل المناظر الطبيعية وشعارات المحطة ق١ أو ق٢ الثابتة وكذلك صور

الشخصيات فى نشرات الأخبار والخرائط العالمية والشريحة هى أحد (اللقطات الثابتة لفيلم ٣٥ مم)

وقد تطور هذه الشرائح – مقاس ٣٥مم – وتطورت الأجهزة المستخدمة فيها هى اختراع تخزين الشرائح داخل الكمبيوتر بحيث تستطيع تسجيل المنظر المصور على هذه الشريحة ثم تنزعها بعد أن سجلها الكمبيوتر داخل ذاكرته ويطلق على هذا الجهاز اسم Slides Stores

ويضم التلسين ايضا جهاز الكتابة الالكترونية وهو عبارة عن جهاز نسبة الالة الكاتبة يكتب بحروف اليكترونية موصلة على طاولة الصورة وتستطيع اذاعة هذه الكتابة فورا ويسجل الجهاز كتاباته على desk نسبة اسطوانة الموسيقى وكل اسطوانة منها تستوعب ٢٠٠٠ صفحة ، تستطيع استرجاعها وفقا لارقام الصفحات .

وليس من الغريب أن يضم التلسين وحدة مراقبة الكاميرات Camera Control أو CCU ويستطيع المهندس من هذا المكان التحكم الكامل فى الكاميرات الموجودة داخل البلاتوه واصلاحها اذا ما حدث بها عطل دون الدخول إلى البلاتوه من

يساعده على اصلاح الاعطال التى تطرأ اثناء الإذاعة على الهواء أو التسجيل دون فتح باب الاستوديو .

العاملون فى الاستوديو :

أول من نقابل فى الاستوديو هو المخرج التليفزيونى وهو المسئول الأول عن العمل التليفزيونى وهو الذى يبدأ معه العمل إلى أن ينتهى والمخرج مثله مثل قائد السفينة فهو الذى يحدد موعد بدء العمل الى نهايته وهو الذى يصدر القرارات الفورية الصائبة وهو الذى يعقد المقارنات فى الوقت الضيق ليفاضل بين الاعمال المتعارضة ويحدد ايهم يتم .

والمشاهد يشاهد العمل التليفزيونى من خلال عينى المخرج ويسمعه من خلال اذنه .

فهو الذى يحدد اللقطة وحجمها ويحدد للمشاهدين أين ينظر وفى أى زاوية يقف وعلى أى مستوى يكون ... فإذا دخلت حديقة فإن المخرج هو الذى يحدد لك اين تنظر وينقل لك شخص معين من خلال عشرات الشخصيات الموجودة داخل الحديقة بل هو الذى يحدد لك ماذا تنظر فى هذا الشخص .

وهو الذى يحدد لك ماذا تسمع هل تسمع ضوضاء الحديقة أم ضوء مياهها أم صوت الجوار الذى يدور أم تسمع مزيجا من كل هذا .

ومهمة المخرج الأساسية فى التليفزيون هو أن يبدأ العمل في موعده وينتهى فى موعده ثم تأتى المهام الأخرى من مستوى الأداء وشكله الفنى وجاذبية البرنامج .

ومن المؤكد أنه حتى يستطيع المخرج من استغلال ما يتوفر له من امكانيات استغلالا فعالا وحتى يستطيع أن يوجه المشتركين فى البرنامج والعاملين فيه ، فيجب أن تتوفر له له مؤهلات شخصية معينة تساعده على اداء عمله اهمها :

١ـ القيادة :

قد يعمل مع مخرج التليفزيون فى البرنامج عدد كبير يصل إلى المائة من ممثلين وعمال ومسرح ومهندسين ومنظمى أزياء وعمال ومكياج ومونيترين ونجارين ومهندسى صوت وكتاب ومذيعين وضيوف وقد تكون لهم جميعا صلة مباشرة بالبرنامج المذاع على الهواء بينما تكون صلة موظفى التليفزيون بالرنامج صلة غير مباشرة ، ويقوم المخرج بالتنسيق

بين جهود كل هؤلاء العاملين ، ويجب ان يعاون كلا منهم على بذل أقصى قدرته فى زمن قصير نسبيا ، ويجب بالإضافة لذلك أن تتوفر لهم الثقة فى حكمة لانهم يعتمدون على قراراته السريعة فى كل المشاكل اثناء ضغط العمل الهائل فى فترة الإذاعة على الهواء لذلك كانت القيادة من أهم مؤهلات المخرج الشخصية .

٢- الذوق الحسن :

يتولى المخرج اخراج برنامج يدخل بيوت المشاهدين مباشرة ويقرر المخرج ما يتمشى مع الذوق الحسن ويحدد الخط الفاصل بين الفكاهة والفحص والحديث المعقول والحديث الفظ والكلام الساخر والمهين ، وليس للذوق الحسن دخل بالرقابة بل انه يرتبط ارتباطا وثيقا بالحساسية والشعور بالمسئولية تجاه المشاهد .

٣- الخيال الخلاق :

ان المخرج التليفزيوني لا يرى فقط عندما يقرأ لنص الكلمات والاشارات لكنه يتصور المشهد كله كاملا وبتفاصيله

من صنـع خيالـه فهو يرى الصـور التـي ستلتقطها الكـاميرات ويسمع الحوار والموسيقى وحتى يستفيد المخرج الى اقصى حـد من الامكانيات المتوفرة لديه فيجب ان يكون أكثر من قائد ذي ذوق حسن ، فهو يتصور البرنامج في مجموعة من بداية الأمـر ويخلق صورته في ذهنه إلى لو كان البرنامج قد تم فعلا وقد يعدل من هـذه الصـورة أثنـاء التمرينـات ، لكنـه قبل أن يطلب الإضـاءة بشكل معين أو مؤثر صوتيا بذاتـه أو يرى إضافـة حركة ما أو وضع قائم آخر في المشـهد فإنـه يتصـور كـل ذلـك الجزء من المشهد الكامل .

٤- استقصاء المعلومات :

ان التليفزيون مجال من مجالات العمل الرحبة المركيـة الجديدة وهـو يتطـور باسـتمرار وحتـى تسـتطيع أن تسـاير هذه التطورات يجب أن يكون ذهنـه حـاضرا فـي أن تكـون مشـغوفا باستقصاء المعلومات والبحث عن كل جديد وهذا يعنـي بالنسبة للمخرج اخلاصا للمهنة وحماسا يدفعه لكي يزيـد مـن معلوماتـه بين فترات عملـه مـن الجيد أن الـذي يعمل فيـه ، فقـد يـرى المعارض الفنيـة ليدرس تكويـن اللوحـات الفنيـة العظيمـة وهـو

أيضا صانع لوحات وهو يدرس اداء الممثلين فى السينما وعلى المسرح ويستمع للموسيقى التى تمكن أن تعبر عن حوار التمثيلية ووقعها ويشاهد البالية لدراسة ما فيه من حركة ويتابع الناس لدراستهم فى حد ذاتهم وهو لا يهتم بتحسين واستكمال مهاراته الشخصية فحسب بل يساهم ايضا فى تقدم المجال نفسه وهو يدرس فنون الإضاءة والديكور ويبتعد ذلك إلى بعض مهن الحرفيين مثل النجارة وغيرها ويدرس الماكياج ليتعرف على طرق علاج الخاطئ منه .

٥- ضبط النفس :

ان مخرج التليفزيون يجب ان يكون قادرا على العمل تحت اشد انواع الضغوط الجسمانية والعقلية دون أن يفقد اعصابه .

أن التوتر ينتشر من فرد إلى أخر انتشار التيار الكهربائى ، والمخرج الذى يكشف صوته أو تصرفاته عما اصابه من توتر زائد سرعان ما يتبين أنه مع مجموعة متوترة الاعصاب ، سريعة الانفعال لا كفاءة لها من جميع العاملين معه

والمخرج الذي ينغمس في ثورة عاطفية يفقد ثقة العاملين معه ويستطيع أن يقول بحق لقد فقدت السيطرة على نفسي وعلى أوقف ومن ناحية ومن ناحية أخرى فان المخرج الذي يتظاهر بالهدوء يحتفظ بالسيطرة ويولد شعورا بالثقة بين العاملين .

٦- المقدرة على استيعاب التفاصيل :

ان اخراج برنامج للتليفزيون يستدعى الاهتمام بجملة التفاصيل ويحتاج المخرج لتنسيقها ويعالجها وان يحذر فى نفس الوقت ان يخرجه هذه التفاصيل ومن المهم تبين ما هو هام وما يمكن صرف النظر عنه مؤقتا أو تكليف آخرين بعمله ولا يسرى ذلك على التفاصيل المتعلقة بتنظيم العمل فحسب بل على المشاكل العديدة التى تظهر اثناء التمرينات والبروفات ، فقد تعرض خمسون مشكلة بحاجة إلى الحل ولكن الوقت لا يتسع إلا لتصحيح أمرين أو ثلاثة منها فقط ، فإنها أكثر أهمية ، أن هناك فقرات ضعيفة فى النص وهناك ممثل يتعثر فى دوره وآخر يسئ قراءة سطر هام وثالث يتأخر فى اداء جزء اساسى من دوره ويجب ان تتغير الحركة حتى تلتقط الكاميرا الصورة

بطريقة تحقق الأثر المطلوب كما تقع مشاكل تتصل بالميكروفونات فى موضع آخر والإضاءة سيئة فى مشهد من المشاهد كما أن ينبغى ازالة احدى قوائم الديكور بعد أن انتهت الحاجة اليه ، وقد تم اعداد احد المشاهد ولكنه لا يحقق الأثر المطلوب بسبب عدم تباين الألوان المختلفة الظاهرة فى الصورة تباينا كافيا ، وليست تلك سوى أمور قليلة تستدعى الاهتمام فاى إثنين أو ثلاثة منها سيكون لها أكبر الأثر على نجاح البرنامج فى مجموعة ، أن على المخرج أن يقرر بسرعة وأن تكون حرارته سليمة .

وقد يتولد نتيجة لذلك شعور بأن هناك فئة قليلة من الناس ذوى قدرات خارقة وتتوفر لديهم المؤهلات الشخصية اللازمة للإخراج فى التليفزيون ومن الواضح أن الأمر ليس كذلك فبعض المؤهلات يمكن تنميتها ، كالسيطرة على النفس والمقدرة على التنظيم والتصرف فى التفاصيل واللباقة وبعض عناصر القيادة والإدراك السليم يمكن أحيانا أنه يحل محل الذوق الحسن الفطرى .

كما يمكن أن يحل التصميم على الشغف بالمعرفة والذكاء بحال الخيال الاخلاقى إلا أن المخرج المثالى يتمتع

بالمؤهلات الشخصية التى ذكرناها ، ومن المؤكد أنه لا ينبغى أن يفكر أحد فى القيام بعمل مخرج التليفزيون . أن كان لا يستشعر من نفسية القدرة على تنمية هذه المواهب .

٧- التدريب المستمر :

يجب ان يلم مخرج التليفزيون الماما ثابتا ومستمرا بالأجهزة التى يستخدمها وامكانيات كل جهاز وكفاية أداء العاملين على هذه الأجهزة وإن كان هذا الإلمام لا يتناول التفاصيل الفنية عادة ، فبعض المخرجين لا يعرفون سوى القليل عن استخدام الكاميرا ولكنهم يعتمدون على كفاءة المصور فأكثر الأمور أهمية أن يحدد المخرج الأثر المطلوب والأداب التى يستطيع بها تحقيق هذا الأثر .

١- مساعد المخرج وأول شخصية تقابلنا بعد ذلك هو مساعد المخرج ، المساعد هو حلقة الوصل بين المخرج وبين معظم مساعديه الأخرين فى المجالات المختلفة وعليه أن ينفذ بكل دقة الخطة التى وضعها المخرج لترتيب وتنظيم عملية الإخراج ومتابعة تنفيذ الديكورات والمناظر والاكسسوارات والملابس ،

وتجهيزات الإضاءة والصوت والمؤثرات وتسجل الأغانى الموسيقية وتجهيز أماكن التصوير الخارجي التى يكون المخرج قد اختارها سلفا كذلك مراجعة الأدوار مع الممثلين ومتابعة تبليغ مواعيد البروفات وتنفيذها أى أنه هو المنفذ العملى لخطة الإخراج وهو اليد اليمنى للمخرج فى كل ما يسمى عمليات تنفيذ خطة الاخراج ، وهو بذلك يسرى للمخرج الخدمة الكبرى بأن يرفع عن كاهلة تلك الأعباء الروتينة ليترك له الوقت اللازم ليقوم بعملية الابتكار والتركيز فى الاتجاه الذى ترتكز عليه وجهة نظره ..

بالطبع هناك عدة مساعدين لمخرج ... هناك المخرج المنفذ وهو الذى يطبق لدى البروفات النهائية والتسجيل ما أشار به المخرج تماما وما يقوم هو بالتنفيذ النهائى تحت اشراف المخرج .

هناك المساعد الأول للمخرج وهو الذى أشرنا اليه تقريبا فى واجبات مساعد المخرج وكذلك هناك مساعد النص Script وهو الذى يشرف على الاكسسوارات وتتابع اللقطات وملابس الممثلين بحيث تكون متوالية فلا يلبس ممثل وهو فى مكتبه بدله زرقاء ثم عندما يخرج من العمل ونراه منصرفا إلى

بيته أو يدخل من باب بيته نجد ان البدلة بنيه هذا هو الخطأ فى التتابع بالنسبة للملابس ... وكذلك كافة للحركة فإذا كانت اللقطة التى تصورها هى لقطة واسعة لحوار حاد بين اثنين من الممثلين وكان مفروضا أن واحد منهما سيأتى بحركة شديدة العنف واقتضى الأمر أن تكون اللقطة التالية لقطة مكبرة لدرجة هذا الممثل .. لابد أن نكون متابعين بدته لمشاعره النفسيه والحركيه اين كانت ميره ... هل كان يشير بيده فى اتجاه معين وكيف كان شكل أصابعه وملامح وجهه ونبرة صوته وهل تطايرت الكارثات ... هل كا ن يضع النظارة أم رفعها أن لم يكن يضعها أصلا ؟ ... هل كان باب الحجرة مفتوحا ويلقى شعاع ضوء أم ذلك الضوء كان من خلفه فى النافذة ... فهكذا لابد من اثبات كل شئ ... حتى لا نفعل شيئا .

هناك " رجل الكلاكيت " وهو ما يسمى بالمساعد الثالث وهو يهتم بأرقام اللقطات ويكتب تقريرا بخاتم تسجيله وما هو صالح منها ... الخ .

والمساعدون الثلاثة يقومون قبل بدء التصوير بأعداد جدول عمل التصوير يراعى فيه أن يتم تصوير اللقطات المتواجدة فى ديكور واحد فى وقت متوالى للوقت ..أن لا داعى

ابدا لأن اصور لقطة فى غرفة المكتب ثم أعود إلى غرفة النوم وبعد ذلك غرفة الطعام وأرجع بعد ذلك إلى غرفة المكتب ، اننى إذا اتبعت هذا الاسلوب أضيع الكثير من الوقت لأننى أنقل الكاميرات والميكروفونات وأحياناً الإضاءة من هذا الموقع إلى ذلك الموقع ثم أعود بهم مرة أخرى ولكن لو أننا صورنا لقطات غرفة المكتب كلها متوالية حتى ننتهى من هذا الديكور ، ثم انتقلنا إلى غرفة الطعام فصورنا كل الأحداث التى تتم منها مرة واحدة فاللقطات منفصلة بالطبع ... أن هذا الأسلوب يوفر لنا الكثير من الوقت والجهد وهو يعنى توفير المال ... ايضا .

٢- مدير الاستوديو :

مسئول عن ادارة العمل داخل البلاتوه - فإذا كان المخرج هو كقائد الجيش مثلا ....فمدير الاستوديو هو قائد كتيبة الاقتحام ... وهو المسئول داخل البلاتوه ... وكل ما فى البلاتوه يقع تحت سيطرته وهو مسئول عن تركيب الديكور وتجهيز الملابس والاكسسوار (فى البلاتوه) ودخول الممثلين وخروجهم وكل حركة العمل داخل هذا البلاتوه فى شتى نواحيها وتتبعه فى هذا :

أ- عامل الاكسسوار أو مساعد الاكسسوار :

وهو الشخص المنوط به تحضير القطع المكملة للديكور كالكراسى والقازات وأدوات المائدة ...الخ . وينقسم الاكسسوار إلى نوعين : الرفيع وهو مثل الأطباق وأدوات المائدة وكل ما يشتمل باليد والثقيل وهو ما يكمل الديكور مثل غرف النوم والأكل والصالون ،

ب- مساعد والاستوديو :

وهم الذين يعاونون مدير الاستوديو فى تسيير كل الأمور مثل رفع بعض قطع الإكسسوار أو الكراسى أو لإضافة أى شئ يطلب أو استبدال ما يريد المخرج

٣- مهندس الديكور :

وهو الذى يعد التفاهم مع المخرج - يقوم بتصميم مختلف الديكورات المطلوبه ووضع الرسوم التفصيلية لها ، وعمل خطة التنفيذ مع منفذ الديكور / ومهندسى الديكوريقع على عاتق مهمة غاية الأهمية ، وهو أنه يسهم اسهاما كبيرا فى اظهار وجهة نظر المخرج والمؤلف من خلال الديكورات ،

حيث أنه باستطاعته أن يضفى على هذه الديكورات من فنه لسمات تظهر الزمن الذى تدور فيه الأحداث والبيئة والمستوى الاجتماعى .

ويعطى فكرة جيدة عن شخصيات كل ديكور ، فالديكور الذى يمثل منظرا فى المدينة القديمة فى الرباط غير الذى يمثل قصرا فاخرا فى ضواحى الرباط غير الذى يسكن فى جبال داخل البلاد غير منزل واحد يعمل بالصين ويعيش على البحر قريبا من مصدر مهنته وما يصلح ديكورا لما كسبأو هاملت شكسبير يختلف بالتأكيد عن مجنون ليلى أو كمبيز لأحمد شوقى ويختلف بالتأكيد عن دمن كيشوت لسيرمانتس وعن البطة البرية لابسن وعن ثلاثية نجيب محفوظ وإذا كنا نتحدث عن أوربا مثلا فإن ديكورات أوربا مثلا تختلف عن ديكورات يونانية أخرى من الأليازة ... وديكور لأمرأة من روما قد تختلف عن ديكور كوفاريتس أوساترتكون

وفى أسبانيا إذا تناولنا قصة عن الأندلس مثل فتح الأندلس أحمد شال وعبد الرحمن أو فتاة غرناطة فهى تختلف فى محتوى مناظرها وديكورها عن (لمن تدق الأجراس) دون كيشوت .

ومهندسى الديكور يتيح للمخرج الفرصة لأن تكون زوايا تصويرية سهلة ومفتوحة وفيها قيمة جمالية عالية وأيضا تعبر عن مضمون درامى وأيضا تشكيلى واعمال الديكور يدخل فيها حروف كثيرة لعلنا نستطيع أن نشير بسرعة إلى أهميتها (المنفذ – النجار – النقاش – المنجد – الماشينست – المجلد – عامل البلاستيك – النحات – المثال – طرق الحديد والنحاس – تشغيل الألمونيوم –... الخ) وايضا يتعاون معه رسامون للمناظر على درجة عالية من الاتقان الفنى والجودة الحرفية .

ويرسم مهندس الديكور خطة الديكور الخاصة به على خريطة خاصة بالاستوديو الذي يعمل به موضحا بهذه الخريطة مساحة الاستوديو بواسطة المهندس على شكل مربعات وكل مربع صغير على هذه الخريطة يساوى متر مربع ومحدد بهذه الخريطة مداخل الاستوديو الغرف الملحقة به واين تقع غرفة المراقبة التى يعمل بها المخرج ولابد أن يوافق المخرج على هذا الديكور ويوقع متن هذا الديكور حتى يصبح الرسم سارى المفعول وتقدم ورش الديكور .

٤- المصورون :

المصور من أهم معاوني المخرج فالتليفزيون يعتمد اساس على الصورة التى تنقل من خلال الكاميرا ولذا يجب أن يسهم المصور بكل طاقته فى تحويل العمل المكتوب إلى صورة نابضة بالحركة مفعجة بالحياة و الفن

لكل مصور دور معين يتم تحديدة خلال التجارب ويحمل كل واحد منهم اماهه فى الكاميرا ما نسميه (قائمة اللقطات) Shoot ing lisk وهم يستطيعون بالطبع ان يدلوا دائما بوجهات نظرهم فى العمل مقدمين بذلك خدمات جليلة لأن لكل مصور وجهة نظره فى حجم اللقطة بل والزاوية ومحتوى الكادر وأننا أدين شخصيا بكثير من الفضل لعديد من المصورين الذين عملوا معى فى اذكاء التعبير عن وجهة نظرى بأحسن اسلوب ممكن وبالذات فى الاذاعات الخارجية التى توليت الاشراف عليها عشر سنوات بالإضافة لاشراف على تنفيذ البرامج طول عشرين عاما .

ويجب ان يتصف المصور بالصفات التالية :

١- الاحساس بالتكوين ويأتى ذلك بالدراسة ثم الممارسة واكتساب الخبرة .

٢- الدراية التامة بالكاميرا ومكوناتها الاساسية واستخدام عدساتها أو عدسة الزوم الخاصة بها .

٣- ان تمتاز بالمهارة اليدوية العالية وسرعة الاستجابة الحركية حتى يمكن السيطرة على الكاميرا فإن عملية تحريك أو قيادة الكاميرا خاصة إذا كانت على Venten أو كرين عملية ليست سهلة ولا هينة بل تحتاج إلى مجهود عضلى كبير متناسق مع التفكير الذهنى .

٤- ان يكون لديه حساسية فائقة عند انتقاء الصادر عندما يكون فى الاذاعة الخارجية كما هو الحال مثلا فى حفلات الغناء أو مباريات الرياضة والبرامج الخارجية التى على المسابقات ولا يمكن تجهيز لقطاتها مسبقا ، أما فى البرامج المعدة بحناية

كالدراما واستعراضات الاستوديو فيجب على قلة أن يسير طبقا لقائمة اللقطات Shooting list ولكن فى برنامج اللقاءات والندوات فيجب عليه أن يكون معايشا لهذه الندوة فلا أحد يعرف من سيتكلم ومن سيقاطع ومن سيعقب وفى هذه الحاله يكون لكل مصور دور تصوير عدد من الشخصيات وايضا لابد للمخرج إلى جانب هذا ان يحتفظ بكاميرا تعطيه لقطة عامة لاستخدامها وقت الضرورة .

ومن المستحسن أن يكون المصورون هم المسئولون عن الإضاءةحيث يكونون فريقا يكون واحد منهم فى هذا البرنامج هو مدير الإضاءة وفى البرنامج الذى يليه هو القائم بهذا العمل بعد التفاهم مع المخرج على ماهية المطلوب من الإضاءة وهكذا يكون فريقا متفاهما متعاونا يسيطرون على حرفية العمل ويفهمون روحه ويقومون من داخلهم ما يوضح أو يزكى وجهة نظر المخرج ويؤكدها ويضيفون بعض لمسات الجمال سواء بالأضواء أو بالظلال أو بالمؤثرات الإضافية الأخرى .

٥- مدير الإضاءة :

هو المسئول عن إضاءة الاستوديو وهى بالقطع ليست أمرا سهلا هينا .. فالأمر يقتضى وجود شبكة إضاءة فى سقف الاستوديو ثم قد يستعان بلمبات تعطى مؤثرات خاصة وكاشات وأوراق جلاتين ملونة تضفى لمسات فنية ، الإضاءة الأولى مجرد لكى تصدر عليها الكاميرا ثم تأتى الإضاءة المبدعة أو الفنية والتى تسهم فى خلق أو تصوير الشخصيات أو توحى بأحاسيس ومشاعر معينة وهنا لابد أن يراعى مدير الإضاءة نوع اللمبات والشاشات التى يستخدمها وشدة الضوء واتجاه مساره ولابد له أن يقرر أى أنواع الإضاءة يصلح لهذا المشهد أو ذاك لهذا الوجه أو ذاك لهذا اللون من الانتاج أو ذاك .

٦- مهندس الصوت :

وهو من أهم أعوان المخرج فالتليفزيون صوت إلى جانب صورة وقد تأتى الصورة أعلى ولكن الصوت شئ هام بالتأكيد ولا شك أننا نعرف أن مصادر الصوت متعددة ومختلفة وهناك الصوت الحى : الصادر عن الممثل ... المذيع ...

المتحدث ... وهناك المؤثرات الصوتيه الموجودة على اسطوانات .

وهناك الموسيقى التصويرية الموجودة على شرائط ١/٤ بوصة واحيانا شرائط الكاسيت .. ثم قد يكون هناك أغانى أو رقصات ... بل قد يصل الأمر إلأى ضرورة لعب عدة مؤثرات فى وقت واحد فقد نصور مشهدا بفتراض أنه يدور فى الغابة أو فى كوخ ريفى فنضع هنا مؤثرات لأصوات الريح ومؤثرات لأصوات الطيور التى تعيش فى الريف أو الغابة وأصوات بعض الحيوانات وقد نضيف أصوات حفيف أوراق الشجر أو صوت هرير المياه جدول قريب أو صوت نقاط المطر وصوت الرعد مثلا ... الخ .

وهكذا نرى أن الأمر مركبا تركيبا شديدا وكل تلك الأشياء يجب على مهندس الصوت أن يسيطر عليها سيطرة محكمة لكى تخرج جميعا فى هاريونى واحد مفعم متجاوبة ومتلاءمة مع الصورة ومكملة لها بل ومضيفة على الجد اضافة طيبة وبعدا جديدا .

ويعمل مهندس الصوت عمله هذا من خلال المنضدة المليئة بالأزرار والمفاتيح اتلموجودة فى غرفة مراقبة الاستوديو

ويأخذ تعليماته من المخرج ويدونها عنده ويعمل على جهاز طاولة الصوت Audis Console وهو شئ ليس بالهين ويحتاج إلى مهارات خاصة لكى يتم مزج الأصوات المطلوبة فى الأوقات المطلوبة بالكيفية المطلوبة .... قد تلجأ بعض أنظمة العمل إلى عمل مكسياج Mixage بعد انتهاء التصوير مثل السينما .

٧- الماكيير :

وهو الذى يعطى لكل شخصية مظهرها المناسب من النواحى الانطباعية والدراية النفسية وهو مايؤثر كثيرا فى العمل فشخصية عطيل بها سمات تختلف عن شخصية عنترة بن شداد وشخصية الهودى زيوس أو شيلوك تاجر البندقية تختلف عن شخصية بخيل موليير ، وشخصية زوبه فى قصر الشوق لنتجيب محفوظ تختلف عن شخصية احسان شحاته فى القاهرة : وعن شخصية برعى فى السمان والخريف وهاملت يختلف عن ماكبث - وطارق بن زياد يختلف عن خالد بن الوليد عن الناصر صلاح الدين عن المعز لدين الله فالسمات التى يعطيها المكياج لخصيته ما تضيف كثيرا ملامح الشخصية

وتسهم اسهاما كبيرا فى تجسيدها مما يؤكد التركيبه الدراميه لهذه الشخصية الدراميه لهذه الشخصية مستخدما الكثير من أدوات التزيين والشعر المستعار ... الخ .

٨- المونتير :

الاخراج أو مراقب الصورة يعتمد على المونتاج لأنه هو الذى يحدد مسلسل اللقطات ويقوم المخرج بعمل المونتاج الاساسى فى ذهنه فى البداية ثم يضع خطة التصوير بناء على فكرة للقطع بين اللقطات المختلفة الصادرة من مختلف الكاميرات ثم ينفذ ذلك فى التمثيليات التى تعطى للمصورين ويقوم فى النهاية بتحقيق كل ذلك عن طريق المونتاج خلال التشغيل ولابد بالطبع أن يكون المخرج قد رتب هذه الخطة على الورق فيما يسمى (الديكوباج) .

والمونتير لابد أن يتمتع بحساسية فائقة للحدوث الدرامى والصراع والايقاع لأن ذلك كله يساعد فى تحقيق أكثر قدر ممكن من التتابع السردى لإحداث أى عمل شىء .

٩- مدير الانتاج :

وهو العنصر الاساسى فى تقديم كافة الاساسات التى يتطلبها العمل من مستلزمات للديكور والاكسسوار إلى تحقيق وسائل النقل الى تجهيز اماكن التصوير وارسالى اوامر العمل واحضار الجميع المعاونة وترتب المشتريات والتأجيرات ووضع برامج العمل مع مساعدى المخرج وهو المسئول عن تهيئة جو العمل جيدتا بما يتبع االمخرج ومن معه ان يقوموا بالعمل فى افضل ظروف الانتاج .

١٠- مراقب الكاميرات :-

يتواجد فى غرفة المراقبة وهو يراقب ويضبط الصور الظاهرة على وحدة مراقبة الكاميرات أى camera control وهو يتحكم فى جودة الصورة عن طريق اجهزة هندسى للصورة - فهو فى مهامه الاساسية عليه ان يضبط الصورة هندسيا ولكنه يستطيع أن يغير من خصائص الصورة حسب طلب المخرج كأن يعطى لونا معينا ويغلبه على بقية الالوان أو يجعل الجوليل .. أو يجعل الصورة سلبية .

١١- فنيو التلسينما والفيديو تب :-

وهو المسئولون عن عرض الأفلام ١٦ ، ٣٥ وشرائح أو شرائطك الفيديو تب المغناطيسية أو تسجيل البرامج على هذه الشرائط وهناك أيضا مونتاج الفيديويت ومكساج الفيديوبث .

مساعدوا الكاميرات : وهو الشخص الذى يتولى مساعدة المصور اثناء تصوير أو فيلم فيضع المكان فى المكان الذى يحدد لها كما يعمل علىيت تفادى الكاميرات التى تتغذى الكاميرات بالصورة ومصادر الطاقة (الكهرباء) وساعات الأذان من ان ينقطع وعنيه ان يساعد فى ارتفاع الكاميرا وهبوطها ، وتنفيذ ما يطلبه منه المصور .

مساعد الصوت :

وهو الشخص الذى يضع الميكروفونات في اماكنها على المدائن ويعمل على اضفائها فى صدر بعض الضيوف أو يثبتها على حامل ذى ذراع طويله Boom ويقوم بتحريكها فى اتجاه الضيوف كما عليه أن يتأكد من صلاحية ميكروفون للعمل وأن التوصيلات والأسلاك الخاصة به قد تم تركيبها ،ويقوم بعمل تجربة الميكروفونات مع مراقبة الصوت المختص .

الفصل السادس

خصائص التليفزيون

كوسيلة اتصال بالجماهير

لكل وسيلة إتصال جماهيرية خصائص معينة تحدد شخصيتها وتؤثر فى أداء ما تقوم به من أهداف ووظائف فى النظام الاجتماعى . وتأتى " الخصائص الذاتية " للوسيلة فى مقدمة محددات انتشارها بين الجماهير والتأثير المتحقق والمحتمل والتليفزيون كوسيلة إتصال جماهيرية يجمع بين الصوت والصورة والحركة واللون والضوء ، ويكون بذلك مشهداً كاملاً ، فهو خلاصة الراديو والسينما ، ويضيف التليفزيون إلى سحر الصوت إغراء الصورة المتحركة مما يمكن المشاهد من الاحتكاك بالعالم الخارجى دون أن يتحرك من منزله كما يمكن للتليفزيون بفضل سهولة حركة الكاميرا وتعددها ، أن يقدم لمحات مختلفة للصورة الواحدة بتنوع الزوايا وتناولها المخطط كما يمتلك التليفزيون القدر [illegible] لى مضاعفة الوثائق المرئية ليسجل بالصورة تحقيقاً أو مقابلة [illegible]حفية أو غيرها ويقدم التليفزيون تنويعاً كبيراً فى البرامج طوال فترة الإرسال وإن كان يقيد المشاهد من حيث ضرورة الجلوس والمشاهدة ، فهو لا يترك الحرية للوضع والحركة ، كما أن مشاهد التليفزيون فى استطاعته أن يحتفظ بذاتية ردود افعاله الشخصية وحريته فى الحكم على الأشياء الأمر

الذى يمكنه من الإفلات من الاندماج مع الجماهير أو الذوبان فيها ، فالتليفزيون إذن يصون الأصالة الشخصية وحاسة النقد والاستقلال فى الحكم على الأشياء .

وفى علاقة المشاهد بالتليفزيون ، تبرز مجموعة من الخصائص فى إطار هذه العلاقة وتنعكس بالضرورة على التأثير الفعلى والمحتمل ، كما تتأثر بالظروف الشخصية والاجتماعية للفرد . وتتحدد أهم الخصائص فى النقاط الآتية :

(١) الاستحواذ :

ويعنى أن التليفزيون يتمتع بالقدرة على جذب انتباه المشاهدين وإثارة اهتمامهم وبالتالى الاستحواذ على نفسية هؤلاء المشاهدين وهذه الصفة – الاستحواذ – تمليها الطبيعة المادية للتليفزيون فهو يسيطر على سمع المشاهد وبصره ، ويركز الانتباه على صورة متحركة ناطقة متغيرة تنحصر فى إطار صغير محدود ولايكلف المشاهد جهداً وينتقل معه فى حجرة الجلوس أو قريباً من مائدة الطعام أو أى مكان يراه مناسباً له .

، لا يكلفه مشقة الخروج من المنزل للتسلية ، أو حجز تذاكر السينما ، أو فى مباراة لكرة القدم ، فالتليفزيون يوفر للمشاهد كل ذلك وهو جالس فى مقعده ، يصل إليه دون جهد يذكر ، وبالتالى تزداد إحتمالات التعرض للتليفزيون تمشياً مع معادلة كسر الاختيار والقائلة بأن :

$$\text{اختيار الرسالة} = \frac{\text{قدر الجزاء او العائد} - \text{قدر الخسارة او العقاب}}{\text{الجهد المبذول}}$$

فالتلفزيون يوفر للمشاهد الجهد الذى كان سيبذله فيما لو ذهب إلى السينما أو المسرح ، أو قرأ الصحيفة ، كما أنه يشبع رغباته من خلال التنوع فى البرامج . وهذا بالطبع يزيد من تأثير التليفزيون .

(٢) التكرار :

نظراً لاتساع وقت الارسال الكلى للتليفزيون ، ونظراً للتكاليف المرتفعة نسبياً التى يحتاجها إنتاج البرامج والمواد التليفزيونية يضطر إلى إعادة عرض العديد من المواد والبرامج خاصة ذات الطابع الدرامى ، حتى يتمكن من ملىء ساعات الارسال . والتكرار سلاح ذو حدين ، فهو يؤدى إلى تثبيت الفكرة أو التذكير بها . وزيادة معرفة الجماهير بها . فإذا فاتتهم فرصة التعرض لها فإن تكرار عرضها يتيح لهم الفرصة فى التعرض لها وهكذا غير أنه على الجانب الاخر نجد أنه (التكرار) قد يؤدى إلى الملل والانصراف عن المشاهدة الأمر الذى يستوجب أن يكون التكرار فى إطار من التنويع وأن يتم إختيار الأفكار بعناية حتى يضمن التليفزيون الاحتفاظ بالمشاهد .

(٣) بطء التأثير وصعوبة تحديده :

هذه الخاصية ترتبط أكثر بالتأثير فى مجال التغير القيمى والسلوكى والاتجاهات خاصة إذا كانت ذات طبيعة راسخة فى

شخصيات الأفراد . ففى هذه الحالة يساعد التليفزيون على التغير بطريقة غير مباشرة ، وبمساندة الاتصال الشخصى الذى يعتبر أكثر فعالية فى هذا التغير ، ويتطلب معرفة التأثير من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية بصفة عامة التحديد الدقيق لنوع التأثير المطلوب إحداثه بمعنى هل هو الاثر Effect بصفة عامة ؟ أم الفعالية Effectivness بمعنى قدرة وسائل الاتصال على تحقيق أغراض محددة كما يتطلب تحديد العامل الزمنى ، بمعنى ، أن مجال التأثير يرتبط بالظروف الماضية أو المستقبلية ، وما هو مستوى هذا التأثير ، هل هو على مستوى الفرد أم على مستوى التنظيم أو الجماعة أو المجتمع ككل ، وهل هو الرأى أو المعتقد أو السلوك أو الاتجاه أهل هذه الامور بالاضافة إلى تداخل العديد من المؤثرات فى تشكيل معارف الأفراد ومعتقداتهم واتجاهاتهم تجعل تحديد تأثير التليفزيون وغيره من وسائل الاتصال الجماهيرية عملية ليست بالسهلة .

(٤) الاعتماد على الواقع والخيال :

يقدم التليفزيون البرامج والمواد التى تتناول أشياء وموضوعات وشخصيات وأحداث حقيقية مثل البرامج الإخبارية والبرامج العلمية والأدبية وغيرها ، كما يقدم برامج ومواد تتناول أحداثاً وشخصيات وهمية ، وإن كانت فى إطار مواقف مألوفة وغير مألوفة للمشاهد ، وفى كلتا الحالتين – الحقيقة والخيال نجد أن برامج الحقيقة تجذب إنتباه المشاهد وتزوده بالمعلومات عن البيئة المحيطة والبيئات الخارجية ، وبرامج الخيال تزيد من الطاقات الإبداعية والتصورية والإدراكية له ، واعتماد التليفزيون على الواقع والخيال يزيد من إمكانياته فى تشكيل الوعى الاجتماعى لدى المشاهد .

(٥) تحديد الاختيار :

مشاهد التليفزيون عليه أن يختار المادة أو البرنامج سواء باختيار القناه أو الوقت أو التوقيت ، وقبل ذلك فهو يختار المادة بما تتضمنه من أبعاد بشرية وتكنولوجية معنى ذلك أن هناك

مـايمكن تسميته بالحريـة المقيدة فـى الاختيـار فهنـاك حريــة لأن المشاهد حر فى إختيار مايشاهده . ولكن اطار هذه الحريـة محـدد فيما يقدمه التليفزيون وهذا بالتـالى يتطلـب مـن واضعـى السياسـة الإعلامية ومخططى البرامج حسن اختيـار المـواد المقدمـة بحيـث تكون متنوعة وهادفة وتناسب مختلف الفئـات الجماهيريـة وتـزداد أهمية هذه الفكرة إذا كان التليفزيون بصدد التعامل مع قضايا ذات صفة حيوية ومحددة مثل بلـورة وتكويـن الوعـى الاجتمـاعى مـن أجل التغير والتنمية ففى هذه الحالة سيواجه التليفزيـون قطاعـات عريضة من الجماهير لها خصائصها المتمـيزة ودورهـا المختلـف وقناعتها الخاصة والمرحلة الحضارية التـى يمـر بهـا إلـى جـانب شكل خاص من الوعى بقضايا معينة .

(٦) القدرة على الاقناع :

فيما يتعلق بدور الاقناع فـى الامتثـال Conformity للقضـايا الاجتماعية فقد أجريت عدة تجارب حيث قـام المحـاضر بتوصيل عدة أفكار إلــى مجموعـات مـن المشـاهدين Audience مـن ذلـك

التجربة التى قام بها كلاً من " هوفلاند Hovland " ولومسديان Lumsdiane وشيفيلد Shefield (١٩٤٩) قبيل إنتهاء الحرب العالمية الثانية . وكانت هذه الدراسة تستهدف معرفة أى الطرق أكثر تأثيراً فى جمهور المشاهدين . عرض القضية من جانب واحد ، أم تعرض وجهتى النظر المؤيدة والمعارضة معاً ، وكان الهدف العمل فى الدراسة هو منع الجنود الأمريكان من توقع إنتهاء الحرب مع اليابان بسرعة بعد أن إنتهت مع أوروبا ، أحد البرامج إستهدف بيان أسباب إحتمال استمرار الحرب لمدة أطول ، والبرنامج الثانى ركز على الاحتمالين : الانتهاء القريب والبعيد معاً ، وقبل هذه التجربة كان الجنود قدروا طول مدة الحرب مع اليابان ولذلك فإن تغير آرائهم بعد سماع البرنامج الاذاعى يعزى إلى البرنامج وتأثيره .

لقد تبين أن للبرنامج تأثيراً كبيراً ، فقد زادت نسبة الجنود الذين كانوا يرون أن الحرب سوف تمتد إلى ١،٥سنة مع اليابان زادت من ٣٧٪ قبل البرنامج إلى ٩٥٪ بعده ، ويتبين أن لكلا النوعين من البرنامج تأثيراً متساوياً .

كذلك دلت البحوث أن فاعلية البرامج تتوقف على مدى الثقة التي يدين بها المشاهدون للمحاضر . فلقد أجريت تجربة داخل إحدى استديوهات الإذاعة الأمريكية وقام بإلقاء المحاضرات ثلاثة خطباء ، قدم كل منهم لمجموعة المشاهدين بطريقة مختلفة .

الأول على أن له موقفا إيجابيا من موضوع الحديث وهو علاج الأحداث الجناح ، الثانى ، على أنه له موقف محايد ، والثالث على أنه سلبى ، فقبول آراء المتحدث يتوقف على مكانته العالية High Prestige فلقد اتخذ التغير فى الرأى أو بعبارة أخرى تأثير المحاضر الترتيب الآتى :-

أ) الايجابى صاحب المكانة العالية .

ب) المحايد .

ج) السلبى .

على كل حال هذا فقط بالنسبة للأثر المباشر ، أما بعد ثلاثة أسابيع فلقد وجد أن هذه النسبة تغيرت بما يوحى بأن الناس يذكرون المعانى والقضايا ويفكرون فيها بصرف النظر عن شخصية قائلها أو مكانته .

كذلك وجد أن إثارة الخوف Fear فى نفوس الناس من العوامل التى تسهم فى إقناعهم سواء فى الأمور الصحية أو الدينية أو فى المعارك السياسية . ولقد أجريت تجربة على مجموعة من طلاب المدارس الثانوية حيث ألقيت عليهم محاضرة أثارت فيهم الخوف من الاصابة بأمراض الاسنان ووجد أنهم امتثلوا للقيام بالتمرينات المطلوبة للمحافظة على الاسنان ولكن وجد على وجه العموم ، أن المثيرات الخالية من الخوف أو التهديد أكثر نجاحاً فى تغير إتجاهات الناس .

على كل حال أقصى درجات تغير إتجاهات الناس ومفاهيمهم فى العملية التى يطلق عليها غسيل المخ Brain washing والتى تستهدف تنظيف العقول Cleansing of the mind أو إعادة تعليم الافراد أو الاصلاح الفكرى Thought reform أو التربية العقائدية Indoctrination والتى كثيراً ما تستخدم لإحداث تغيرات جذرية ومتطرفة فى عقائد الناس ، وذلك بقصد إعتناقهم مبادىء سياسية أو إجتماعية معينة ، كما تستخدم هذه العمليات مع أسرى الحرب والجواسيس والمتهمين ، بقصد إنتزاع الاعترافات منهم

وتمتاز بأنها لاتعتمد على العنف أو الإيذاء البدنى وإنما على أساليب إقناع معينة فتستخدم هذه الاساليب لتغير إتجاهات الأفراد Attitudes وقيمهم Valmes وعقائدهم Beliefs وآرائهم Opinions وسلوكهم .

(٧) القدرة على تنمية المهارات اللغوية :

هناك حقيقة جديرة بالاشارة هى أن المهارات اللغوية Language skills عند الاطفال تتأثر بالعوامل الثقافية كالمستوى الاقتصادى والاجتماعى وكثرة الافراد الكبار الذين يختلط بهم الطفل .

فقد لاحظت تمبلين Templin (١٩٥٧) فى دراستها أن أطفالها كانوا متحدثين أكثر Moretalking واستخدموا كلاماً أكثر نضجاً وتنظيماً عما كان الوضع عليه عند الاطفال منذ ٢٥ سنة مضت . كذلك لاحظت أن الفروق التى بين الجنسين فى هذه القدرات قلت بينما بقيت الفروق التى ترجع إلى المستوى الاجتماعى والاقتصادى كما هى Socioeconomicdifferences

ويبدو ان التليفزيون عامل أساسى وهام فى إحداث هذا التغير ، فهو يؤدى إلى حدوث تحسين عام فى المهارة اللغوية فى الاطفال الصغار ، وفى نفس الوقت يقلل من أثر الاختلاف فى الظروف البيئية التى يتعرض لها الاطفال ، ومن أمثلة ، الدراسات الشهيرة فى هذا الميدان دراسة كل من هملويت HimmelWeet وأوبنهم Oppenheim وكذلك دراسة كل من فينسى Vince (١٩٥٨) ، و شرام Schramm وليلى Lyle وباركر Parker هاتان الدراستان تتفقان فى أن التليفزيون يزيد من المعلومات ، ويحتمل أن تكون الزيادة فى المفردات Vocabularyinformation عند كل الاطفال ، ولكن الاطفال الذين ينحدرون من خلفيات إجتماعية واقتصادية منخفضة وكذلك الاطفال أصحاب القدرات الضعيفة يستفيدون أكثر وفائدتهم تدوم لمدة أطول .

فالتليفزيون يفترض أنه أداة مثيرة Stimulating ومشجعة للنمو اللغوى أكثر من المؤثرات البيئية الأخرى. ولقد وجد أنه يقلل من الفروق فى القدرة اللغوية بين الأسر ذات المستويات الاجتماعية والأقتصادية المختلفة Narrows the differences

والفروق التى ترجع إلى المناطق والطبقات الاجتماعية كذلك . ولكن ينقصه فى هذا المجال القدرة على التعزيز Reinforcement أى تعزيز استجابات الأطفال المشاهدين والتفاعل معهم .

ويعد التليفزيون من أدوات التنشئة الاجتماعية Socialization .

(٨) القدرة على التعليم الاجتماعى :

تقول شايون Shayon (١٩٥١) فى أثره فى التعليم الاجتماعى "أنه أقصر الطرق فى الوصول إلى عالم الكبار أنه المنفذ الذى يطل منه الطفل على عالم الكبار . هو الباب الخلفى السريع لذلك . لم يحدث قط أن كان مشغولا عن الحديث مع أطفالنا . ولم يحدث أن يتركهم لأن عليه أن يعد الطعام ، أنه يلعب معهم ويشاركهم العمل ، أنه يريد أن يحصل على إنتباههم ، ويحتاج إليه ويفعل كل شيء فى سبيل الحصول على هذا الانتباه.

وقد يقال فيه أنه يقدم صورة مشوهة لعالم الكبار ، إنما الحقيقة كما دلت تجارب هملويت غير ذلك ، فقد أكدت مجموعة المشاهدين الذكاء ، والشجاعة كأسس هامة فى النجاح فى حياة الكبار أكدت ذلك أكثر من غير المشاهدين ولم يكن هناك فرق بين المشاهدين وغير المشاهدين فى الاتجاه نحو المدرسة ، والعمل المدرسى ، والمدرسين بل أن المشاهدة أدت إلى إرتفاع مستوى طموح الصغار Level of aspiration وفى الأطفال الأكبر سناً (١٣- ١٤ سنة) أدت المشاهدة إلى ظهور قلق واقعي وتخاوف حول مشاكل الكبر .

ان التليفزيون يقلل من فروق الطبقة الاجتماعية فى المعلومات العامة والمفردات اللغوية ، والأطفال يحصلون على مفردات أكثر من الكبار ، و الأقل ذكاء أكثر من الأكثر ذكاء ، وكثيرو المشاهدة أكثر من قليلى المشاهدة ولقد تبين أن مشاهدة الأطفال الأمريكان لاتقلل من نسبة قرأة الكتب ، و معظم المجلات الهزلية ، ويبدو أن المشاهدة تقلل من زمن الاستذكار Study time وقراءة الكتب الجادة وإنما أثره قليل فى ذلك ،

وذلك لدى الأطفال فى اليابان وربما يرجع ذلك لانهم يقرأون كتباً جدية أكثر من الأطفال الإنجليز والأمريكان ، وكذلك يستذكرون لساعات أطول . كما لاحظ ماكوبى Maccoby (١٩٦٤) فان المشاهدة تقلل المناشط المماثلة أو المتكافئة معها كقراءة الكتب الهزلية وارتياد دور السينما .

وهناك إجماع بين المفكرين على أن تأثير التليفزيون السيء ليس بالضخامة والتهويل اللتين تشاعان عنه . فهناك حقيقة فروق بين المشاهدين وغير المشاهدين ، ولكن هذه الفروق بسيطة وصغيرة وليست دائماً فى صالح غير المشاهدين .

إن الاثار السيئة لوسائل الاعلام العامة دائماً يبالغ فيها لأن معظم الدراسات التى أدانتها لم تستخدم مجموعات ضابطة Control Groups واستخدمت جماعات منحرفة وشاذة وصغيرة من المجتمع الأصلى واستخدم اسئلة تقود إلى الاجابة Leading questions بحيث يجيب الفرد عليها الإجابة المتوقعة . كأن يسأل الحدث الجانح : هل أدت الكتب الهزلية إلى جنوحك ؟ فبالطبع يجيب غالبية الأحداث الجناح على مثل هذه الأسئلة

بالإيجاب ، وذلك لتحويل اللوم من أنفسهم إلى عوامل أخرى ، ولتفادى التعمق فى النظر إلى دوافعهم الداخلية ، والدراسات المصممة تصميماً جيداً لم تكشف عن أى تأثير ضار على سلوك معظم الاطفال ، ولكن تؤثر هذه الوسائل على بعض الصغار فقط .

وهنا نتساءل عن نوعية هؤلاء الاطفال الذين يتأثرون بوسائل الاعلام العامة ان هؤلاء الاطفال هم الذين "يدمنون " مشاهدة هذه الوسائل فالاطفال الذين يدمنون قراءة الكتب الهزلية لديهم نزعات عصابية أكثر من غيرهم ويميلون إلى صغر الحجم ، وإلى الضعف ويتقمصون أو يتوحدون مع رموز البطولة الخيالية الخارقة القادرة على عمل كل شيء مثل " سوبرمان " .

وبالنسبة للتليفزيون وجدت هيملويت أن مدمنى المشاهدة لديهم شعور قوى بالنبذ والطرد ، وعدم الأمان أكثر من أولئك المشاهدين الذين يشاهدون فى المناسبات فقط ، أو يشاهدون نادراً ، ولقد وجد أن الاطفال الذين يرغبون فى الانسحاب من الحياه الواقعية يلجأون إلى السينما أو التليفزيون للمؤاساة وللسلوى

والعزاء ، ولكن هذه الصفات المرضية ، والإنسحابية كانت توجد فى الاطفال قبل أن تحصل الأسرة على التليفزيون . والتليفزيون يشبع نفس الحاجات التى يسعى إلى إشباعها الطفل عن طريق السينما أو الراديو إذا لم يتيسر له الحصول على التليفزيون ، فلقد وجده بيلين Bailyn توكيداً لنتائج هيملويت ، حيث لاحظ أن الاطفال الذين يخضعون للاحباط Frustration الشديد فى المنزل يشاهدون التليفزيون أكثر من الاطفال غير المحيطين ويصدق ذلك على القليل فى أبناء الطبقات المتوسطة والطبقات العليا . بل هؤلاء الاطفال المحيطين يتصلون أكثر بوسائل الاتصال العامة ويركزون عليها ويصبحون أكثر قدرة على إسترجاع العنف الذى شاهدوه والواقع أن المدمنين أقل فى روحهم الاجتماعية وأكثر إحباطاً ، وأكثر إحاطة بالمشاكل والنزعات العصابية والحقيقة أن الدراسة المعتمدة فى هذا المجال هى الدراسة التى تعتمد على قياس هذه السمات في الأطفال قبل المشاهدة وبعدها . ان ادمان وسائل الاعلام هو فى الحقيقة عرض أكثر من كونه سببا فى الاضطراب الاجتماعى وباختصار فان الاثار السلبية لوسائل الاتصال بسيطة فى حين أن لها كثيراً من الاثار الإيجابية .

وعلى حين نجد أنه من الممكن أن يتعلم الأطفال الكثير من التليفزيون إلا أن ذلك لا يحدث لأن التليفزيون يحل محل أنشطة عقلية أخرى كالقراءة Reading ويبدو أن التليفزيون لايقود الطفل إلى عمل أى شيء على الرغم من تقديم نموذج يقوم بعمل أشياء أمام التليميذ .

٩- القدرة على التنشئة الاجتماعية :

عملية التنشئة الاجتماعية Socialization هى العملية التى يخضع فيها الفرد لتدخل إيجابى بواسطة المؤسسات الاجتماعية التى تسعى لصقله ، وتركز هذه العملية على غرس مجموعة المعايير الاجتماعية والقيم الثقافية الموجودة فى البيئة المعينة الحقيقية حتى يستطيع أن يتعامل معها الطفل وفى هذا الصدد يفترض أن التليفزيون قد يكون وسيلة للتنفيس وتصريف الطاقات المشحونه ، وبذلك فهو أداة للعلاج . ويقال أيضاً فى نزعة الهروب باللجؤ إلى مشاهدة التليفزيون أننا ينبغى ألا نخلط بين

العرض والسبب ، فمشاهدة التليفزيون هى عرض للاطفال المرضى أصلاً وليست هى سبب المرض .

هناك كثير من الدراسات التى أوضحت أن الأطفال يقلدون السلوك العدوانى والعنف الذى يشاهدونه بالقدر الذى يقلدون به النماذج الحية ، وأن هذا التقليد يستمر لفترة طويلة نسبياً وخاصة عندما يصور النموذج المعتدى على أنه ناجح . وتدل دراسة محتويات برامج التليفزيون الأمريكى على أن معظم الممثلين يستخدمون طرقاً عنيفه للوصول إلى الغايات المرغوبة وان الطرق غير المقبولة إجتماعية تصور على أنها أكثر قدرة ونجاحاً عن الطرق المقبولة .

ولسؤ الحظ فان دراسة أثر التليفزيون على الجانب المعرفى Cognitive ما زالت مهملة ، إحدى الدراسات أوضحت ان تعرض الاطفال لبرامج مكثفة جعل تفكيرهم جامداً . ولكن مازالت هناك كثير من الأسئلة :

- ما هو أثر الإعلانات مثلا على لغة الطفل ؟

- هل تؤثر طريقة الاقناع الدعائية فى التليفزيون على لغة الإقناع عند الأطفال فى مجالات أخرى ؟
- هل يساعد التليفزيون فى التميز بين الحقيقة والخيال ؟
- هل المعطيات المصورة التى يقدمها تعطل التفكير المنطقى الغير مصور ؟
- وأخيراً هل يتأثر نمط العلاقة بين الآباء والاطفال بالتليفزيون ؟

ولاشك أن التليفزيون يقدم نماذج كثيرة للأبوة وللطفولة معاً . فما مدى تطبيقها فى مجال الواقع .

(١٠) دورة فى التوجيه المهنى :

كذلك لقد استخدم التليفزيون سواء ذا الدائرة المغلقة أو التليفزيون التجارى ، فى تقديم المعلومات لكل ن الاباء والطلاب التى تفيدهم فى التوجيه المهنى Guidance Vocational واختيار المهن الملائمة وتتضمن البرامج فى مثل هذه المناشط إعدادا دقيقاً وتخطيطاً سليما ومناقشات واسعة حول هذا

الموضوع ، ومناقشة العاملين القدامى فى مهنة معينة ، ومتطلبات هذه المهنة والعلاقة بين العمال وأصحاب العمل .

(١١) أثره فى تنمية الحس الخلقى :

فى حديثة عن النمو الخلقى فى الاطفال Character development in children يعد فيرنون جون Vernon Jones هذه المؤثرات التى تتضمن العوامل البيولوجية الوراثية ، وتأثير الذكاء ، ثم المؤثرات البيئية ، كأثر المنزل ، وتأثير المدرسة ، والاندية والسينما والراديو والتليفزيون ثم تأثير الثقافة العامة للمجتمع .

وهنا نتساءل ماهى العلاقة بين التليفزيون وأخلاق الاطفال ؟

ويفترض جون أن هناك بعض البرامج التى تسهم فى نمو الخلق والمواطنة Character and citizenship لدى المستمعين . من أمثلة هذه البرامج مناقشة الموضوعات الراهنة ، خطب القادة والزعماء ، بعض برامج الأخبار والبرامج الموسيقية العالمية ولكن معظم البحوث ركزت على برامج مثل الجرائم والرعب

والغموض واستعراض نتائج مثل هذه الدراسات يضعنا أمام إجابتين : الأولى تنبع من أصحاب النزعات الطبية العلاجية أو العيادية ومؤداها أن مثل هذه البرامج توفر مخرجاً أو منفذاً Outlet للانفعالات المحبوسة Pentupemotions مثل انفعالات الغضب والعدوان والكراهية إنها في نظرهم تعمل على تصريف وإزالة Release الانفعالات التي تثيرها هذه البرامج . أما وجهة النظر الثانية فيمثلها بحث رولاند Rowland (١٩٤٤) وغيره ، ومؤداها أن البرامج الإذاعية ربما تنمي مشاعر الإحباط التي تؤدي بدورها إلى السلوك العدواني Aggressive behaviour وتفسد القصص الإجرامية المذاعة وظيفة وأساليب الوكالات التي تحمي القانون وتنفذه Law enforcement agencies أما دي بور DeBoor فيقول إن مثل هذه البرامج تسبب إستجابات إنفعالية قوية في الاطفال .

ويخلص جون إلى القول بأن " هذه الدراسات وغيرها تقودنا للاستنتاج بأنه إلى الحد الذي يرى فيه الاطفال أو يسمعون برامج مبالغ في انفعاليتها Overmationalized وغير واقعية ، وضد

المجتمع ، يوماً بعد يوم فإنهم فى الأغلب يخضعون لمؤثرات شرطية تجمعية غير حسنة من وجهة نظر الصحة العقلية Mental hygiene أو النمو الخلقى .

(١٢) دوره فى قضاء وقت الفراغ :

لقد أوضحت الدراسات فى الماضى ان اقل القطاعات الاجتماعية إهتماما بالتليفزيون كانت من أرباب عمر العشرات Teenagers ولكن منذ بداية برامج الموسيقى الشعبية Popmusic المصممة خصيصا لجذب إنتباه المشاهدين الصغار زاد تأثير التليفزيون فيهم . فى دراسة مايكل سكوفيلد M. Schofield سأل كل فرد من أفراد عينته : ما الذى كنت تفعله الليلة السابقة للمقابلة ، وفى يوم السبت الماضى ؟ لقد تبين أن التليفزيون كان أكثر المناشط التى ذكرتها هذه العينة سواء خلال أيام الاسبوع أو فى نهاياته ، وبينما كانت مناشط أخرى مثل الزيارات ، الشرب ، الدراسة والرياضة ، والسينما ، والرقص . أقل من التليفزيون وذلك بالنسبة للذكور أما بالنسبة

للاناث فكانت مناشطهن التى تلى فى الترتيب التليفزيون ، زيارة الاصدقاء الاستماع إلى التسجيلات استضافة الاصدقاء فى المنزل ، وفى نهايات الاسبوع كانت الزيارات والشرب والرقص والسينما .

ولقد وجدت النسب الآتية يشاهدون التليفزيون فى إحدى ليالى الاسبوع .

خلال ايام الاسبوع	ذكور	أناث
	٣١٪	٢٧ ٪

السبت مساءً ١٨٪ حيث يتوقع أن يكون معظم الشباب خارج المنزل ولقد قرروا أنهم يشاهدون التليفزيون ست أو سبع ليال فى الاسبوع ، وذلك عند ١٠٪ من مجموع الاناث والذكور معاً و ٣٤٪ شاهدوه من ٣ : ٥ ليال في الاسبوع و ٥٦٪ شاهدوه قليلا أو نادراً ، ولكن لم يتضح أى تأثير للتليفزيون على نشاط هذه العينة الجنسى أو خبرتهم الجنسية فلم تختلف عند المشاهدين كثيراً والمشاهدين قليلاً .

الفصل السابع

الخبر التليفزيوني

الخبر التليفزيوني ماهيتة وأهميته

التليفزيون كجهاز اخبارى

أصبح التليفزيون كجهاز اخبارى informative medium سمه من سمات العصر ، وليس هناك ما يضارع التليفزيون كوسيلة اعلامية فى قدرته على تغطية الاحداث حال وقوعها ، وتقديمها فى مشاهدة متكاملة ، لتحكى ما يحدث فى انحاء العالم بلغة بصرية مفهومة لغالبية البشر تزداد واقعية بلونها الطبيعى ، وصوتها الاصلى ، وحركتها التى تجذب إنتباه المشاهدين أكثر من أى شئ ، مما يكون لها تأثيرها البالغ فى نفسية المشاهدين من مختلف الاعمار والثقافات والاجناس ، حتى أصبحت لا يستهان بها حتى فى حياة واضعى القرار ، الأمر الذى حدى بروبرت كيندى أن يفضل أن يظهر لمدة ثوان معدودة فى نشرات اخبار التليفزيون المسائية على أن يكتب عنه فى كافة صحف المساء .

التليفزيون أحسن وسيلة لنقل الأخبار :

ويعتبر التليفزيون أحسن وسيلة لنقل الاخبار ، ويشير "هينرى كاسيرر" إلى أن للتليفزيون دورا لا مثيل له فى نقل الاخبار وليس غريبا أن نرى هذا الجهاز الصغير يلف العالم بسرعة تفوق كل تصور .

ويتميز التليفزيون – كجهاز اخبارى – بعدة مزايا يشارك فيها وسائل الاعلام الاخرى وينفرد دونها بمزايا أخرى

وينفرد التليفزيون دون وسائل الاعلام الاخرى بأنه يقدم لنا الاحداث والوقائع فى منازلنا فى صورة متكاملة تعتمد مشاهدها على الصوت والصورة والحركة واللون فى صورة أقرب للواقع والصوت والصورة عاملين حيويان يلعبان دورا هاما فى حياة الافراد اليومية والعادية ، ويتصلان بالانفعالات المختلفة لكل فرد ما دام يستطيع السمع والابصار . والصورة من أحسن الوسائل المقنعة ، فاذا اقترن الخبر الاذاعى برؤيته على الشاشة الصغيرة مصورا فى موقعة فإن ذلك ادعى إلى تصديقه .

ويؤكد الباحثون على أهمية الصورة بالنسبة للتليفزيون فهو وسيلة مرئية ، ونعلم أن الرؤية اساس الاقناع seeing is beleving ، وندرك مدى خطورة التليفزيون كجهاز اخبارى

ويؤكد الباحثون على أهمية الصورة بالنسبة للتليفزيون فهو وسيلة مرئية ، ونعلم أن الرؤية اساس الاقناع seeing is beleving ، وندرك مدى خطورة التليفزيون كجهاز اخبارى حينما نعلم أن الانسان يحصل على ٩٨٪ من معارفة عن طريق حاستى السمع والبصر ، عمدتى الحواس الادراكية وتزداد دهشتنا حينما نعلم أن المرأ يحصل من هذه النسبة على ٩٠٪ من معرفتة عن طريق البصر أو الرؤية .

فإذا أضفنا إلى دلك أن التليفزيون يمكن أن يصل إلى الآلآف الملايين من المشاهدين فى منازلهم فى آن واحد لاستطعنا أن ندرك دوره الخطير .

وتشير البحوث والدراسات إلى أن هناك ٨٦٪ منم الجمهور يفضلون الكلمة المسموعة والمرئية فى التليفزيون ، كما أن هناك ٧١٪ يفضلون الاستماع إلى الاذاعة ، بينما يفضل ٧٠٪ من الجمهور الكلمة المقروئة (المكتوبه) فى الصحافة والوسائل المرئية الاخبارية لها أثر وفاعليتها حيث تستحوذ

حيث تستحوذ على الاهتمام الكامل للمشاهدين وتؤدى الرؤية مع اللون والصوت والحركة إلى النفاذ السيكيولوجى .

أخبار التليفزيون والفورية :

ويستمتع التليفزيون كجهاز اخبارى بالفورية التى تزيد من واقعيته ، فهو يقدم لنا مادة اخبارية من مكانها (موقعها) فى نفس زمن حدوثها ، ينقل لنا الاخبار فى معناها وفى مغزاها فى التو والحال ، ويتفق النقاد على أن التليفزيون يبلغ ذروة الكفاءة عند تغطية الاحداث حال وقوعها ، كرحلات الفضاء والمؤتمرات الهامة وزيارات الرؤساء والجنازات ، والمواكب الشعبية والحروب .... الخ .

فهو يقدم لها الاحداث بصورة لا يمكن أن تصل اليها وسائل الاعلام الاخرى ، يقدم لنا المشاهد متكاملة للاحداث فى صورة واقعية .

لهذا يقدر الباحثين تأثير التليفزيون فى المشاهدين بثلاثة أضعاف تأثير الاذاعة ، ذلك أن برامج التليفزيون تعطى

احساسا بالألفة والصداقة التى كثيرا ما تفتقدها برامج الاذاعة ، التى تعتمد على الصوت والمؤثرات الصوتية والموسيقية وحدها.

هذا بالاضافة إلى أن الصورة التليفزيونية تؤكد على عنصرى الحوار والمشاركة والتعمق والتركيز على التفاصيل المرئية ويتميز التليفزيون وحده دون وسائل الاعلام الاخرى بأن يقدم صورا حاليه متحركة تتجاوز بالمشاهد حدود الزمان والمكان كما تتخطى حاجز الأمية .

وهو يكتسب قيمته الاخبارية اعتمادا على هذه الحقيقة ، ويتضح ذلك بجلاء فى الاحداث ذات الاهمية الخاصة ، والتى تمكن المشاهدين من متابعتها لحظة بلحظة على شاشات التليفزيون مثل : هبوط أول انسان على سطح القمر ، ورحلات الفضاء ، وزيارات الرؤساء والملوك واجتماعاتهم ، والمؤتمرات العالمية ومباريات كأس العالم والدورات الأوليمبيه وحفلات التنصيب والمواكب الشعبيه والرسمية والمناسبات

الهامة فى حياة الشعوب والفتن والاضطرابات والحروب .....الخ .

حيث يقدم التليفزيون الانباء والاحداث بصورة لا يمكن أن تصل اليها الوسائل الاخرى ، وليس هناك ما يضارع التليفزيون على نقل الاحداث حال حدوثها .

التليفزيون وسيلة مرئية فى المقام الأول :

تعتمد خدمة التليفزيون الاخبارية أساسا على الصورة المرئية ، والتى تعتبر أقوى تأثيرا من الكلمة المسموعة أو المقروءة ، نظرا لاستخدام أكثر من حاسة فى تلقيها ، ويصدق هذا على الخدمة الاخبارية التى يقدمها التليفزيون بوجه خاص ، نظرا لأن الاخبار بحكم طبيعتها مادة دسمة يمكن أن ينصرف المشاهدون عن متابعتها .

كما أن الصورة المتحركة تتمتع بمميزات جذب خاصة لما بها من محاكاة للحركة الطبيعية ، مما يضفى عليها عنصر المشاركة الفعالة وبما يقوى العلاقة بين المشاهد والشاشة ، ومن

جهة أخرى تشكل قدرة الصورة المتحركة على توليد العواطف لدى جماهير المشاهدين أهمية خاصة ؛ وهى ميزة أساسية فى اخبار التليفزيون دون كل الأخبار الاخرى ، وأفضل قيم التليفزيون الاخبارية قائمة على هذه الحقيقة .

ولهذا تشير الدراسات والبحوث الميدانية إلى طلب الجماهير المتزايد على اخبار التليفزيون المصورة من واقع الاحداث ، وضرورة ارتباط الخبر بالصورة والحدث المرئى .

والاعلام بالصورة كما يشير البعض يضفى جاذبية على الاخبار ويساعد على عدم نفور المشاهدين حتى من اخبار الامس والصورة المتحركة لغة عالمية تفهمها كل الشعوب ، ويميل المشاهد إلى تصديق الصورة وعدم الوثوق بالكلمات ، فالصوت والصورة تستحثان الخيال بدرجة أقوى مما يمكن أن يستحث الصوت وحده وهناك حكمة صينية تقول أن : الصورة أقدر على التعبير من عشرات الألوف من الكلمات .

وبدون الصورة التى تسجل الحدث الاخبارى فى نشرات اخبار التليفزيون لا تكون الاخبار جديرة بالعرض فى

التليفزيون وأولى أن تذاع فى نشرات الراديو الأخبارية ، حيث تختصر التكاليف بدرجة كبيرة ، يقدرها البعض بجزء على عشرين من تكاليف التليفزيون فلا تصبح الاخبار تليفزيونية إلا عندما يصحبها عرض مصور للأحداث .

وتركز اخبار التليفزيون البريطانى ITV و B.B.C كثيرا على استخدام المادة المصورة وحتى إذا لم تتوافر المادة المصورة فإنهم يستخدمون وسائل الايضاح بصورة واضحة .

أهمية الألوان لأخبار التليفزيون :

ومن جهة أخرى تضفى الألوان مزيدا من الواقعية على اخبار التليفزيون كما تزيد من فعاليتها ويوصى الباحثون باستخدام الألوان فى البرامج السياسية واستخدام الألوان والتحكم فيها يساعد فى خلق الجو الدرامى فى البرامج الاخبارية .

بحيث يصبح اللون قيمة فى حد ذاته ورمزا دراميا له دلالته كما ينتج عن استخدام الالوان شعور بالحركة كما أن لها أهميتها فى استبيان واستيعاب المعلومات وخاصة عندما تزود اخبار

التليفزيون بوسائل الايضاح ، كالخرائط والصور والرسوم البيانية والمتحركة .... الخ . وتزيد الالوان من قدرة التليفزيون على توليد العواطف .

خلاصة القول : إن التليفزيون يتفوق على كل وسائل الاعلام لأن به كل مميزات الوسائل وامكانياتها ، وعن طريقة يمكن تقديم المعلومات التى يتعثر نقلها عن طريق الكتابة أو الصورة أو الصوت اذا استعمل كل منها على حدة .

واخبار التليفزيون تملك كل الامكانيات التى تستطيع أن تأسر انتباه المشاهد ، لهذا تؤكد البحوث والدراسات الاعلامية على أهمية التليفزيون كجهاز اخبارى على قيمته الإعلامية ، حيث أن البعض يرى أنه ليس هناك وسيلة اعلامية أقوى من التليفزيون فى تعريف شعوب العالم بعضها ببعض فهو أقواها أثراً واكثرها اجتذابا للآلاف من ملايين المشاهدين ، وأقدرها على أداء وظيفة تتطلب الصوت والصورة .

أهمية أخبار التليفزيون :

وتعتبر الاخبار في التليفزيون بمثابة نافذة يطلع فيها المشاهدون – وهم فى منازلهم – على العالم الكبير .

فالتليفزيون يعرض على شاشته العالم والأحداث – مظاهر الحياة ، وهذه الطبيعة تهيئ الفرصة لمخاطبة شتى فئات الناس على اختلاف طبائعهم واتجاهاتهم وتسعى اخبار التليفزيون إلى تزويد جماهير المشاهدين بالأخبار الداخلية والخارلاجية التى تهمهم وتهم بلادهم بصدق وموضوعية لاشباع صفة حب الاستطلاع ، التى هى أبرز صفات الانسان فأظهر صفة من صفات الانسان الاجتماعية هى حب الاستطلاع لمعرفى الانباء والاطمئنان إلى البيئة .

ومن الثابت أن رغبات الفرد الأولية وحاجاته إلى الطعام والجنس والمأوى ترتبط برغبات أخرى اجتماعيه ، كالتعرف على الاشخاص الاخرين واختبار البيئة وجمع المعلومات المفيدة عن الطبيعة والانسان والحيوان .

وهذه هى أهم سمة من سمات الانسانية التى تساعده على التكيف مع البيئة والانسجام مع غيره من الناس ، والذين يعيشون معه ، لأن هذا التكيف دليل على الصحة النفسية والسلامة الاجتماعية .

ويذهب البعض إلى أن الانسان " نفس اعلامية تتغذى بالخبر " ، وتنمو بالفكر وتصح باللحن الجميل فالاعلام حاجة من الحاجات الانسانية ولقد أثبت بعض الباحثين أهمية الاخبار فى حياة الانسان عن طريق دراسة مدى ما يعانية الفرد من وحده وشعور بالقلق فى غياب الاخبار ، حتى لقد عبر أحد المبحوثين بقوله : اننى اشعر فى غياب الاخبار بأنى فقدت صديقا عزيزا .

ومن حق الجماهير أن تعى وتناقش ما حولها ، وينص الاعلان العالمى لحقوق الانسان على : أن من حق الانسان أن يعلم ، ويقصد بالاعلام أو الاخبار : تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة ، التى تساعدهم على تكوين رأى صائب فى مشكلة من المشاكل ، أو واقعة من

الوقائع ، بحيث يعبر هذا الرأى تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتها وميولها ، وهنا يعرف اتوجروت الاعلام بأنه : التعبير الموضوعى لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها .

وفي نفس الوقت فالاعلام تعبير موضوعى وليس ذاتى من جانب القائم بالاتصال الاعلامى سواء كان تليفزيونيا أو اذاعيا أو مشتغلا بأحدى وسائل الاعلام .

ويمتاز التليفزيون كوسيلة اخبارية بالسرعة وبلوغ جماهير عديدة ، وله القدرة على خلق الوعى والتزويد بالمعلومات ، ولذلك نجدها تشكل جزءا واضحا من نسيج بنيان الحياة اليومية للمشاهدين الأمريكيين ، حيث أصبح التليفزيون أهم مصادر الاخبار بالنسبة لثلثى سكان الولايات المتحدة الأمريكية .

كما أشار بأن مويرز B. Moyerz السكرتير الصحفى للرئيس الأمريكى السابق ليندن جونسون بأن التليفزيون قدم الرئيس الأمريكى (كيندى) إلى الشعب بطريقة مباشرة وفورية

وجعل بينه وبين الشعب اتصـــال شـخصي ، واعتقد أنـه انقى صيغة للأتصـال ، وأكثرها فاعلية .

وتتزايد أهمية اخبار التليفزيون يوماً بعـد يـوم وبصـورة كبيرة كنتيجة مباشرة لما تحقق من تقدم كبير في مجال الأقمـار الصناعية على نحو لم يسبق له مثيـل فـى تـاريخ البشرية ولقد أصبح فى متناول جميع الدول امكانية الاستفادة مـن تكنولوجيـا الفضـاء في بث الأخبار ةاستقبالها .

ـــ وأصبـح التليفزيـون أسـرع الوسـائل الاعلاميـة فـى نقـل الاخبار بصـورة واقعية بل وتفوق فى هذا المجـال تفوقـا عظيمـا هذا بالاضـافة إلى أن الغالبية تعتبر التليفزيون الوسيلة الاعلامية الأكثر صـدقا فى المجال الاخبارى .

كما أضاف التليفزيون إلـى الصـحافـة الاذاعيـة عوامـل جديدة وآفاق واسعة والصحافة الاذاعية كما فى التليفزيون تعنى عرض اخباره المصورة وصحافة اليوم هى صحافة الخبر إنهـا أحـداث اليـوم فـى كلمـات موجـزة مدعمـة بـالصـورة والحركـة واللون ، تبث بهدف اشباع حاجة الجماهير فى معرفة ما يحـدث

حولهم ، والانسان فى حاجة إلى الوسيلة السريعة التى تزوده بالأنباء والمعلومات وتحيطه علما بما يدور حوله من اخبار كما يحتاج إلى وسيلة تراقب له الظروف المحيطة وتحيطة علما بالمعلومات والحقائق والفرص المتاحه .

وتعتبر اخبار التليفزيون من أبرز وأهم وأقدم المواد التى يقدمها التليفزيون وذلك أمر طبيعى لأن التليفزيون كجهاز اعلامى لابد أن يعنى بنشر وعرض الاحداث على جمهور المشاهدين فور حدوثها .

ومهمة أخبار التليفزيون تنوير الرأى العام بالانباء الداخلية والخارجية وايقافه على مختلف التيارات والاحداث العالمية . فهى تبلغ المواطنين بجميع الاحداث الهامة والمثيرة للإهتمام سواء فى الداخل والخارج .

كما تطلع المواطنين على الاحداث السياسية والتطورات التى تحدث فى المجتمع ، لكى يتمكنوا من تكوين الرأى الخاص بهم ، والاشتراك بأنفسهم فى الشئون العامة وأخبار التليفزيون لديها القدرة التى تنفرد بها على الاخبار فى أجهزة الاعلام

الأخرى ، لأنها تعرض صورة المجتمع ذاته ، وليس سمة ما يضارع التليفزيون فى قدرته على أن يكون مرآة تنعكس عليها صورة المجتمع .

الخبر التليفزيوني :

يرى ولبر شرام أن الاخبار من العناصر الأساسية لوسائل الاعلام ، والخبر التليفزيونى هو أساس نشرات الاخبار وعنصرها الأول ، والخبر التليفزيونى خبر مصور ينشأ فى موقع الحدث وتتولى أطقم التصوير الاخبارية (المصور - المندوب - مسجل الصوت - موزع الإضاءة) نقله أو تسجيله على أفلام أو شرائط VTR ، ويتكون الخبر التليفزيونى من مجموعة من اللقطات المصورة واحدة تتلو الأخرى مرتبطة معاً ويبلغ أدنى طول اللقطة من الناحية النظرية إطارا واحدا كما فى الأفلام وهو ما يسمى باللقطة المتناهية الصغر .

أما أقصى طول لها من الناحية النظرية أيضا فتحدده المادة الخام التى تسطيع التصوير أن تستوعبها سواءكانت

أفلاما أو شؤرائط فيديو أما ما الناحية العملية فيبلغ طول اللقطة القصيرة ما يعدال عدة ثوان ، فى حين قد تستمر لقطات الحدث الاخبارى لعدة دقائق كما يحدث عند تصوير المقابلات – على سبيل المثال – وبشكل أخر نستطيع أن نقول : إن الخبر التليفزيونى يتكون من الصور والإطارات ، بحيث تكون فى مجموعها لقطة وتكون مجموعة اللقطات ما يسمى بالمشهد ،

ويمكن تمييز اللقطات كالتالى :

١– لقطات طبقا لنسبة الهدف المصور ، الذى يشتمل على الإطار ، للقطة العريضة أو الزاوية العريضة والتى قد يطلق عليها البعض لقطة من بعد longshot واللقطة المتوسطة ، واللقطة المقربة Close up ولقطة مقربة جداً Ex-treme ، ولقطة متوسطة مقربة جدا Medium Close up أو لقطة عن بعد كبير .

٢- كما تتميز اللقطات طبقا لعدد الأشخاص الذى يحتويهم الاطار ، فهناك اللقطة الاحادية والثنائية والجماعية والجماهيرية.... الخ .

٣- لقطات تختلف بما يتناسب مع حركة الكاميرا فهناك اللقطة المغيرة (الزوم) ولقطة المنصة واللقطة السادرة واللقطة الاستعراضية .

٤- تنقسم اللقطات حسب موقع الهدف المصور بالنسبة للكاميرا فهناك اللقطات العلوية والسفلية ......الخ .

٥- كما تنقسم اللقطات طبقا لدورها الذى تؤديه فى المشهد المصور فهناك اللقطة الرئيسية أو التأسيسية واللقطة الناقلة والمعكوسة والمضافة ولقطة رد الفعل .....الخ .

قيم الأخبار فى التليفزيون :-

يرى العلماء والخبراء والباحثون أن هناك قيما وعناصر ومواصفات يجب توافرها فى الخبر التليفزيوني لكى يكون جديرا بالبث ضمن العرض الاخبارى ، ونتفق مع ما ذكره

العلماء والخبراء والباحثون على هذه القيم التى لا تختلف عن مثيلتها عن تقييم الا خبار فى الوسائل الاعلامية الآخرى من أهمها الفورية - الأهمية (الدلالة - الضخامة - الإثارة - الطرافه - التشويق - الدقه - الصدق - الاهتمام الانسانى ومدى الفائدة التى تعود على المشاهد .

والتوافق مع سياسة التليفزيون كجهاز اعلامى ، والتى تنبع أساس من سياسة الدولة يضاف إلى ذلك شهرة ومكانة الشخص الذى يتعلق به الحدث كما يجب أن تتصف الاخبار التليفزيونية بعدم التحيز .

وكل حدث أو خبر تليفزيونى يكون متضمنا لعنصر أو أكثر من هذه العناصر ولكن كثرة العناصر لا تعنى بالضرورة أهمية الخبر التليفزيونى فإن عنصرا واحدا قد يجعل فى الحدث الاخبارى أكثر أهمية من الاخبار الاحداث الآخرى وبينما نجد قيم الأخبار متماثلة أساسا فى كل وسائل الإعلام .

إلا أننا يمكن تمييز تلك الأخبار التى تظهر فى التليفزيون بعدة خواص بارزة لا توجد فى غيرة من الوسائل

الاخبارية الآخرى ومن الواضح أنها تقوم على مجموعة مختلفة من القيم المستخلصة من الظروف الخاصة بالتليفزيون وحده كوسيله تتوافر بها جميع امكانيات وسائل الاعلام ، فهو يعتمد على الصوت والصورة والحركة واللون .

لذلك تعتبر العناصر المرئية خاصة أهم القيم الاخبارية بالنسبة لأخبار التليفزيون يؤكد ما نقوله وما قرره رؤساء تحرير اخبار التليفزيون حيث أن المادة الاخبارية المصورة هى التى تحكم عملهم بدرجة كبيرة ولكن يجب اختيار هذه المادة المصورة بعناية فائقة وعدم تقديمها بطريقة مضللة .

مصادر الخبر التليفزيوني :-

تتنوع المصادر الإخبارية للتليفزيون

تتعدد مصادر الأخبار فى التليفزيون ، وينفرد التليفزيون دون وسائل الإعلام الأخرى بمصادر يحصل من خلالها على مادته الإخبارية المصورة وذلك باعتباره وسيلة مرئية Visual Medium ، فضلا عن كونه الوسيله الوحيدة التى

لديها القدرة على عرض الحدث ووقائعة بالصورة الحية أو المتحركة المرئية المقترنة بالصورة بصوتها الطبيعى الدال على عمق المشاعر ، والملونة .

كما يشارك التليفزيون غيره من وسائل الإعلام فى الحصول على الأخبار غير المصورة (المقروءة) من مصادرها التقليدية المعروفة كوكالات الأنباء البرقية Copy Agencies والاستماع السياسى ، والنشرات والدوريات ....الخ .

ويقسم الباحثون مصادر المادة الاخبارية المصورة إلى مصادر خارجية (عالمية) وأخرى داخلية (محلية أو قومية أو وطنية) .

وبما أن التليفزيون يعتبر أساس وسيلة إخبارية مصورة وأن أفضل قيمة قائمة على هذه الحقيقة - فسنتناول فى البداية وبالتفصيل مصادر الأخبار المصورة التى يعتمد عليها التليفزيون ومن أهمها :

أولا : طاقم التغطية الإخبارية التليفزيونية :

TV. News Crew :

ويتولى تغطية أهم الأحداث الداخلية أو الوطنية التى تقع داخل حدود الدولة ، يوفد التليفزيون أطقمه الاخبارية إلى جميع أنحاء العالم لتغطية أهم الأحداث العالمية التى تهم الرأى العام ، وهى الاساس فى تصوير أيه اخبار تليفزيونية مهما كان مصدرها وفى الغالب يتكون طاقم التغطية الاخبارية من المندوب Reporter أو المراسل Correspondent والمصور Cameraman ومسجل الصوت Re - sound cordist ومزع الاضاءة Lighting ويطلق على المصور ومسجل الصوت ومزع الاضاءة طاقم التصوير Camer Crew .

ثانياً : وكالات الأنباء العالمية المصورة ومن أشهرها وكالة فيزنيوز Vis News وهى وكالة انجليزية معروفة .

والوكالة الأنجلو الأمريكية المعروفة World - Wide Tv واختصارها Wtn .

ثم وكالة رويتر الانجليزيه التى بدأت خدماتها المصوره بشكل متطور والخدمة التليفزيونية الأوروبية E.Tv .S هذا بالاضافة إلى بعض الوكالات الأخرى مثل جاما الفرنسية وسيجما والتى تقدم تغطية فوتوغرافية لأهم الأحداث بالصور الثابتة .

ثالثاً : التبادل الاخبارى News Exchange

سواء كان ذلك التبادل على المستوى الثنائى بين دولتين أو بين عدة دول ويتم ذلك باستخدام البث الاليكترونى عبر الأقمار الصناعية أو شبكات الميكروييف أو ما يعرف بشبكات الأخبار السلكية Cabie News NetWork أو عن طريق الشحن الجوى Air Fregent Shipment of News وهناك التبادل الاخبارى المنتظم الذى يتم يوميا Daily أو غير المنتظم على فترات متقاطعة وغير منتظمة .

رابعاً : رصد المحطات أو الشبكات الاخبارية التليفزيونية العالمية أو القنوات الفضائية ، ومنها على سبيل المثال الشبكة الاخبارية الأمريكية المعروفة (CNN)

خامسا – مصادر أخرى أقل أهمية كالسفارات ومكاتب الاستعلامات والهيئات والمنظمات العالمية والمتخصصة .

بالاضافة إلى ممثلى العلاقات العامة* والمصورين بالقطعة "Free lance camera - Men" ويعرفون بـى Stringers وسنتناول هذه هذه المصادر التى يمكن للتليفزيون أن يحصل منها على مادته الاخبارية المصورة والمتنوعة بشئ من التفصيل :

المراجع العربية والاجنبية

المراجـع الـعربيـــة

١- ابراهيم امام ، الاعـلام والاتصـال بالجمـاهير ، القـاهرة . مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨٤ .

٢- ابراهيم امـام ، العلاقـات العامـة والمجتمـع ، القـاهرة . مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٦ .

٣- أحمـد بـدر ، الاتصـال بالجمـاهير والدعايـه الدوليـة ، الكويت . دار القلم ، ١٩٧٤ .

٤- أحمد طاهر ، الاذاعة والسياسة الدولية ، القاهرة . الهيئـة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٠ .

٥- جيهـان احمـد رشـتي ، الاعـلام الدولـى بـالراديو والتليفزيون ، القاهرة . دار الفكر العربى ، ١٩٧٩ .

٦- جيهـان احمـد رشـتى ، النظـم الاذاعيـة فـى المجتمعـات الغربية ، القاهرة . دار الفكر العربى ، ١٩٧٨ .

٧- حسن عماد مكاوى ، الأخبار فى الراديـو والتليفزيـون ، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٨٩ .

٨- خليل صابات ، وسائل الإتصال : نشأتها وتطورها ، القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٧٩ .

٩- سامى الشريف ، الإذاعات الإقليمية الفكرة والتطبيق، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٨٨ .

١٠- ماجى الحلوانى ، الإذاعات العربية ، القـاهرة : دار الفكر العربى ١٩٨٢ .

١١- ماجى الحلوانى ، مدخل إلى الإذاعات الموجهـة ، القـاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٨٣

١٢- محمد معوض ، بركات عبد العزيز ، الخبر الاذاعى والتليفزيون ، ط١ ، القاهرة : دار الكتاب الحديث ، ١٩٩٦م